

両大戦間期イギリス農産物流通の再編*

——牛乳流通組織化の過程を中心に——

渡 辺 浩 二

British Agricultural Policies changed drastically in early 1930's. The emergence of Modern Agricultural Policy were brought by legislation; (1) the organization of agricultural marketing, (2) the preferential tariffs, (3) the deficiency payment. This paper examines the process of the organization of milk trade before the formation of Milk Marketing Board (MMB) in 1933.

War-time control 1916-1920, a possible model of organization, stabilized the position of dairy farmers for a while. The appearance of the United Dairies in 1915, which contributed to rationalization and organization of distributors, weakened more of the producers' bargaining power after war-time control. Producers and distributors began to talk about the conditions of the next year's contracts at the Permanent Joint Milk Committee (PJMC) in 1922. PJMC could not always control the whole dairy trade. It ceased to exist when the falling of milk prices pull milk marketing into chaos in 1932-33.

MMB as a statutory body joined by all the British dairy farmers aimed at stabilization of both milk prices and the dairy farmers' position themselves. The foundation of MMB surely is a symbol of the reorganization of milk marketing though it had got to make its way confronting with a lot of difficulties for more than half a century.

はじめに

農産物流通の再編という問題は、関税による輸入制限や最低価格保証の導入とともに、1930年代初頭のイギリスにおいて新たに登場した農業政策を構成するものである¹⁾。立法面では、それぞれ、1931年および1933年農産物販売法、1932年輸入関税法およびオタワ協定法、そして1932年小麦法がそれらに対応する。このような30年代に登場した「現代農業政策」はその後、第二次大戦後に継続されていく²⁾。

国内農産物の流通が組織化される到達点は、農産物販売法に基づく各農産物ごとの販

売委員会³⁾の設立である。本稿で取り上げようとする牛乳流通について言うならば、牛乳販売委員会 (Milk Marketing Board: MMB) が活動を開始する1933年秋が、流通再編における一つの画期となる。それは同時期にイギリスにおいて設立された同種の販売委員会のなかで最も成功したと考えられており⁴⁾、両大戦間期のイギリスにおいて進められた農産物流通の再編を代表する事例である⁵⁾。牛乳販売委員会は1994年まで60余年にわたり存続した。自主的な協同組合組織であるミルクマーク (Milk Marque) がその組織や資産を引き継いだ⁶⁾。牛乳販売委員会はいくつかの改革を経て、第二次大戦以後も約

*論文審査受付日：2002年5月24日。採用決定日：2004年7月30日（編集委員会）

半世紀に渡ってイギリスの牛乳流通の中心であり続けたことになる。

イギリスにおける牛乳流通に関する研究史を振り返ってみよう。テイラー (D. Taylor) は、一連の研究において、イギリス農業における酪農業、特に飲用牛乳販売の占める重要性を指摘している⁷⁾。また、アトキンズ (P. J. Atkins)⁸⁾ やウェットサム (E. H. Whetham)⁹⁾ はロンドンへの飲用牛乳供給が増大する過程を分析している。また、ハラス (C. S. Hallas) は、酪農業内部において飲用牛乳を選択するか、バター・チーズなど乳製品製造を選択するか、その経営判断が価格によってどの程度規定されるのか、個別事例の分析による研究を行っている¹⁰⁾。また、日本でも 1960 年代後半以降の乳価問題との関わりでイギリスの牛乳販売委員会の組織や機能が注目されてきた¹¹⁾。しかし、歴史過程としての牛乳流通再編について組織化の視点からの検討は手薄であった。牛乳販売委員会が設立される背景をおさえておく必要がある。

現代農業政策のうち、例えば価格保証制度は、先にも述べたように 1932 年小麦法の成立によって本格的に導入されることになったが、福士の「食料キャンペーン」に関する研究¹²⁾ が指摘するように、1930 年代の政策の萌芽は第一次大戦期に登場した農業政策のなかに原型が現れていた。農産物流通の問題についても 1930 年代の諸立法が成立する以前に、変化への胎動が現れている。農産物販売政策は 1920 年代の労働党の農業政策として新たに前面に登場してきたものでもある¹³⁾。販売委員会制度のような 1930 年代に確立する農産物販売政策を生み出すことになる、両大戦間期における農産物流通の問題とは一体何であったのだろうか。

以上のような関心から、本稿では飲用牛乳流通を中心とした酪農業を例にとり、1910 年代から 20 年代を中心に、牛乳販売委員会設立に至るまでのそうした変化への胎動の実態について、その意義と限界を、生産者と流通業者との関係に注目しながら明らかにする。行論は以下の予定である。まず I. において、飲用牛乳販売がイギリス農業ないし農産物流通において占める位置や問題点を確認したのち、II. で牛乳流通問題の発生とその背景を検討し、III. では生産者と流通業者による集団交渉の始まりとその限界を考察する。牛乳流通が再編されていく過程における実態を確認したのち、そうした実態を踏まえた上で当時の認識と展望を確認するため、IV. では、農産物流通の組織化に関する構想を検討したいと思う。最後に、生産者組織としての牛乳販売委員会の設立を V. で扱う。

I. 酪農業の発展と飲用牛乳販売

本稿では飲用牛乳流通を中心に取り上げるが、ここではまず飲用牛乳についてイギリス農業におけるその位置を確認しておきたい。図 1 から分かるように、19 世紀後半から 20 世紀初頭にかけて生産額において小麦の割合

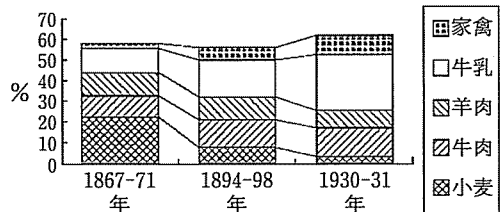


図 1 農業生産額における主要農産物の割合
出所: Taylor, D., "The English Dairy Industry, 1860-1930," *Economic History Review*, Vol. 29, No. 4, 1976, Table 8, p. 600, より作成。

が低下していく一方で牛乳 (milk) の割合が次第に大きくなっていく。「海外との競争」に直面したイギリス農業が19世紀末「大不況」から脱出する過程では、「土地所有関係の変革」とならんで「生産方法の改善」が指摘されていること¹⁴⁾は周知のとおりであり、「大不況」期にイギリス農業が穀作から畜産へ移行する過程で酪農業が大きな比重を占めるようになるのである。

もともと飲用牛乳は、生産地の近隣で消費されるに過ぎず、その流通は地域的な性格の

ものであった。1860年代までは牛乳はまだ比較的それほど重要な地位を占める農産物ではなかった。生産される生乳は、その主な用途先が飲用ではなく、バターやチーズなどへ乳製品として加工されて利用されることが主であった。飲用牛乳を食物として摂取することはまだ十分一般化していなかった。

しかし、19世紀後半に鉄道や冷蔵手段などが発達するにつれて、酪農地域から大都市への供給が増大した¹⁵⁾。図2では、ロンドンやその他の消費地域へ飲用牛乳が鉄道で輸送され

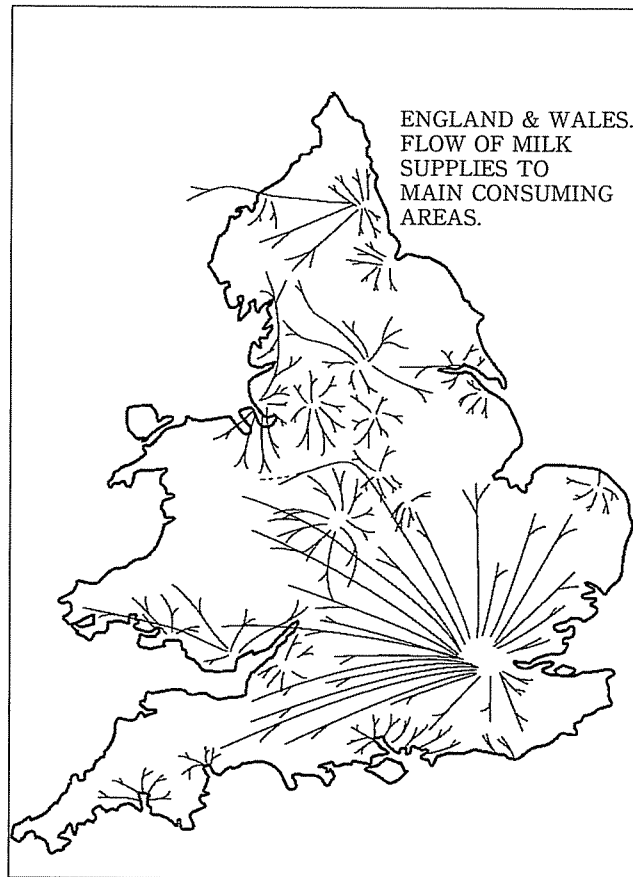


図2 1920年代中葉イギリスにおける飲用牛乳供給の主な経路

出所：MAF, *The Fluid Milk Market in England and Wales*, Economic Series No. 16, 1927, Fig. 1.

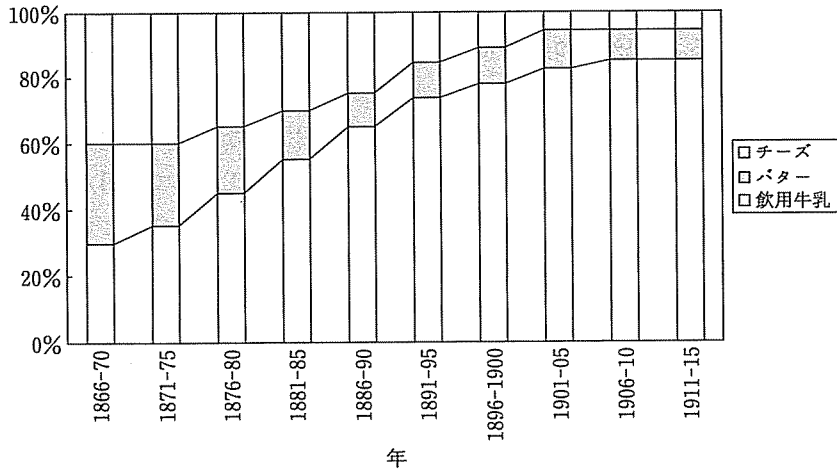


図 3 牛乳の酪農品用途別割合 1866-1915 年 (推計)

出所: Taylor, D., *op. cit.*, Table 3, p. 590, より作成。

ている実態が確認できる。また、図 3 および図 4 からわかるように、牛乳加工品(バター、チーズ等)製造が中心であった酪農業が飲用牛乳販売に重点を移していった。その理由は次の 2 点から説明される。第一に、都市居住者の飲用牛乳に対する需要が伸びてきたことが挙げられる。第二に、牛乳加工品の市場における海外との競争の激化である。輸入が 19 世紀後半から増大し、酪農業は輸入品とほとんど競争しない飲用牛乳の供給に生乳の提供先を見出した。牛乳加工品の価格について、国産品価格が輸入品価格に対抗できないという理由によるだけではない。飲用牛乳は加工向け牛乳¹⁶⁾ よりも鮮度が極めて重要であることから、加工向け牛乳価格は飲用向け牛乳価格より低い価格で契約されざるをえない。国産の加工品の競争力の低下は、加工向け牛乳価格に対して価格低下圧力をもたらすのである。したがって、生乳の提供先としての飲用牛乳販売が重要となった。

乳牛の頭数は 19 世紀後半から増大傾向に

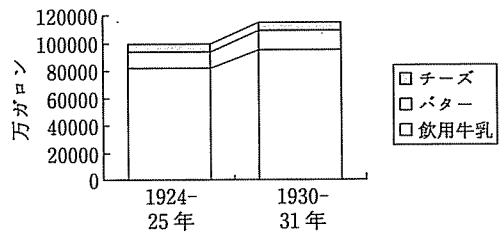


図 4 酪農業の規模 (1924/25 年-30/31 年)

出所: MAF, *Report of the Reorganisation Commission for Milk for England and Wales*, Economic Series No. 38, 1933, p. 33, より作成。

あったが、表 1 にあるとおり、両大戦間期においても引き続き増加していた。1920 年には 183 万頭程度であったが、1924 年には 200 万頭を超え、1927 年には 210 万頭近くに達している。その後やや減少するものの、200 万頭以上を維持し、1932 年以降は 210 万頭から 220 万頭に達している。ショートホーン¹⁷⁾ など新たに導入された乳牛種によって搾乳量の増大がみられたのが 19 世紀後半と言われている¹⁸⁾。このことも乳牛頭数の増加と相まって牛乳生産量を増加させていった。

このようにしてイギリス農業は小麦を中心

表1 両大戦間期（1919-1935年）乳牛頭数の推移

1919年	1,943,666（頭）
1920	1,827,733
1921	1,876,114
1922	1,933,986
1923	1,974,546
1924	2,014,241
1925	2,035,061
1926	2,064,900
1927	2,096,387
1928	2,066,483
1929	2,054,073
1930	2,033,381
1931	2,043,077
1932	2,116,616
1933	2,179,007
1934	2,213,918
1935	2,232,113

（注）「乳牛」頭数は，“cows and heifers in milk”の数を用いた。

出所：Lord Ernle, *English Farming, Past and Present*, 6th ed., London, 1961, Appendix VIII, Table III, pp. 520-523, より作成。

とした穀作から酪農へと転換し、そして酪農業の内部においても乳製品製造から飲用牛乳販売への転換が起こっていたのであった¹⁹⁾。例えば、1924-28年の時点において、飲用牛乳は国内農産物において自給率が唯一100%であった(表2)。ここにもイギリス農業における飲用牛乳の意義が見出せるであろう。第一次大戦および第二次大戦にはとりわけ戦時農業政策の重要部分を構成するのである。

牛乳生産には季節的な変動が存在した(図5)。冬期には生乳の生産量が低下し、特に12月から2月にかけての時期が生産量の底にあ

表2 1924-28年イギリスにおける食糧の国内自給率(%)

飲用牛乳	100
馬鈴薯	90
豚肉（ベーコンを除く）	82
野菜（馬鈴薯を除く）	75
家禽 poultry and game	64
卵	50
牛肉 beef and veal	46
羊肉 mutton and lamb	43
リンゴ	38
穀物（小麦を除く）	28
チーズ	22
コンデンスミルク	21
果物・ナッツ（リンゴ・バナナを除く）	19
小麦粉	18
ベーコン	14
バター	13
砂糖	6
バナナ	0
ココア	0
植物性油脂	0

出所：Cohen, R. L., *The Economics of Agriculture*, London, (revised and reset) 1949, p. 46, より作成。

たる。その後生産量は上昇に転じ、5月から9月にかけての夏期が生産量の多い季節となっている。牛乳流通再編の過程では、自然的要因による供給の恒常的な変動への対策も必要となった。

流通経路に触れておこう。図6は1920年代初めの様子を示している。飲用牛乳が生産者から消費者へと運ばれていく過程にいくつかの経由パターンがある。農産物流通価格委員会(リンリスゴウ委員会)²⁰⁾ 報告書によれば、生産者による流通と中間業者によるものとがある。前者は小売生産者(producer-retailer)

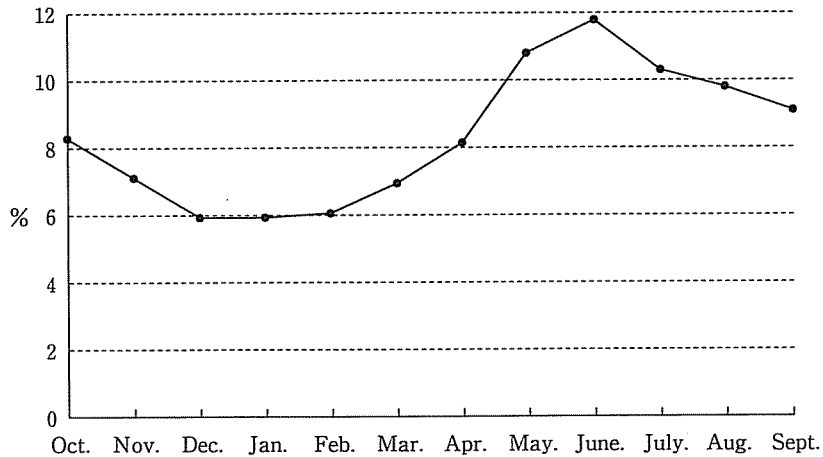


図 5 牛乳生産量の月別変動 (年間総供給量に占める各月の割合, %, 1917/18 年)

出所: Committee on the Production and Distribution of Milk, *Final Report*, 1919 [Cmd. 483.], p. 7, より作成。

と呼ばれているものである。後者の中間業者による流通は、小売業者 (retailer) と卸売業者 (wholesaler) とがある。生産者から直接仕入れて消費者に直接販売する小売業者は、この時点において飲用牛乳全体の半分を取り扱っていたと言われている。生産者と小売業者との距離的な分離が高まるとその間に卸売業者が介在するようになった。戦時を通して卸売業者の取扱量が増加した。卸売業者は集乳、洗浄、滅菌、冷却の設備を有し、小売業者の需要に応じて一定価格で小売業者に販売した。牛乳生産地域にクリーム製造所 (creamery) をもち、生乳をバターやチーズに加工することで過剰牛乳の発生に対応した。卸売業者は牛乳加工品市場において中枢の地位を占めていくようになった。バターやチーズなどの加工品についてはさらにいくつかの業者が介在した²¹⁾。

II. 流通業者の組織化と戦時統制

この節では、主たる対象時期を 1910 年代として牛乳流通問題の発生とその背景を検討する。

1. 第一次大戦前の飲用牛乳流通

第一次大戦以前においては、飲用牛乳の生産・販売を担っていた多数の生産者 (農業者)・流通業者は、ともに規模は零細だったと言われている。生産者・流通業者がともに自由競争下にあり、各自が個別に販売・購入の契約を結び、牛乳流通が成り立っていた。しかし、その契約方法は口頭での約束によるもので、文書によるものではなく、また契約の期間は 6 ヶ月であり、一年契約ではなかったために、冬期 (10 月～3 月) と夏期 (4 月～9 月) とでそれぞれ別個に販売契約が結ばれていた。

先に触れておいたように、夏期は一年のう

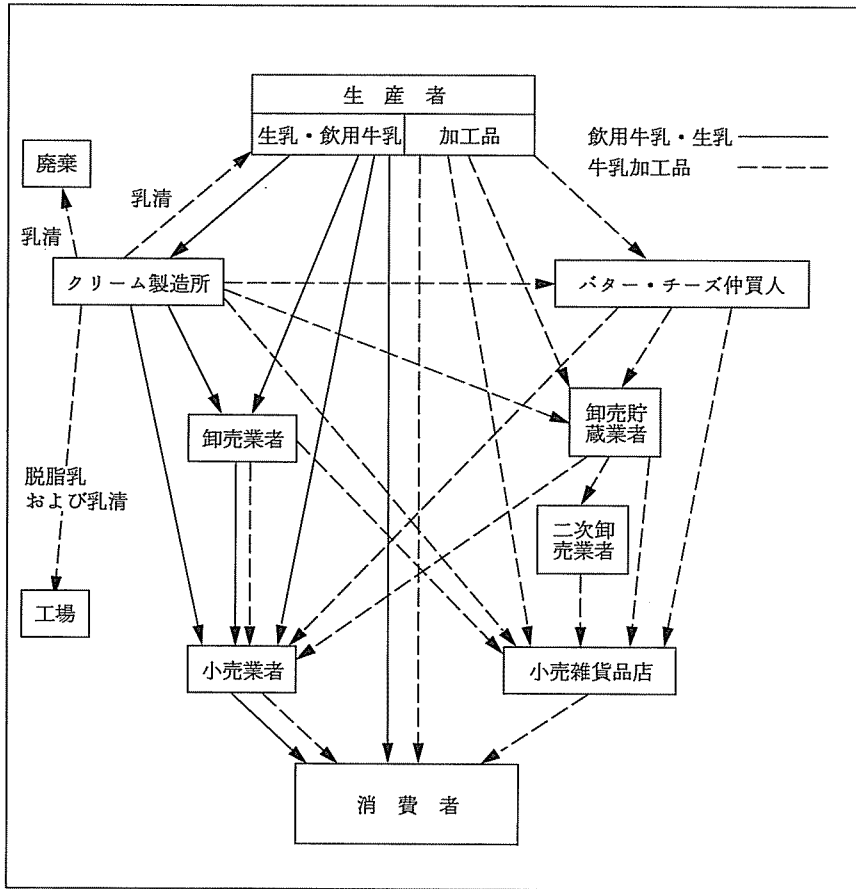


図6 1920年代初頭における飲用牛乳・牛乳加工品流通経路

出所：Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *Interim Report on Milk and Milk Products*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 18, より作成。

ちで乳牛の搾乳量をもっとも多くなる。そのため生産者は夏期においては、契約相手を確保することが困難であり、安い価格で販売することを余儀なくされていた。牛乳を飲用牛乳として出荷しようとも、加工用牛乳として出荷しようとも、それぞれに対する価格を区別することは一般的ではなかった。また、チーズ・バターなどの輸入品の価格が低いために、自由な競争状態のもとでは、加工用牛乳には低い価格しか与えられなかった。

I. でみたように、牛乳は飲用牛乳として販

売されることが多くなっていた。飲用牛乳価格と加工用牛乳価格に区別がないということは、低価格の加工用牛乳に連動して生産者が受け取る牛乳への価格も低くなるということである。そのため飲用牛乳販売が主流となってきた第一次大戦前の時期においてすでに、販売条件は生産者にとって不利であった²²⁾。加工用牛乳価格の影響を受ける限り、生産者が飲用牛乳にシフトするだけで容易に利益を上げられるものではなかった。

2. 流通業者の組織化

第一次大戦中では、流通業者の側で集中化がみられたことが特徴である。その代表的事例が、1915 年に資本金 100 万ポンド²³⁾ で創設された乳業会社、ユナイテッドデイリー (United Dairies) である。いくつかの史料をもとに再現してみよう。

「1915 年の合併で生まれたユナイテッド・デアリーズは、3 つの自立的な部門の連合体であった。すなわち 1 つは小売組織で、小売店の数は 1920 年で 470、1930 年には 700 を数えた。いま 1 つは、いくつかのミルク濃縮施設とクリーム製造所、3 つめは乳製品の設備

の生産者であった。」²⁴⁾ ユナイテッドデイリーは、戦時突入後の供給不足、飼料や人件費の高騰などを背景として、流通上の合理化を目標に、それまではお互いに競争相手であったロンドンの牛乳卸売流通企業が合併に踏み切ったのである²⁵⁾。図 7 はユナイテッドデイリー社内における流通経路を示したものである。生産者と消費者との間に立って、さまざまな業種を包括している。

表 3 からわかるようにユナイテッドデイリーの規模を株式時価総額でみた場合、1919 年から 1930 年の間に、150 万ポンドから 730 万ポンドへと大きく増加している。また絶対

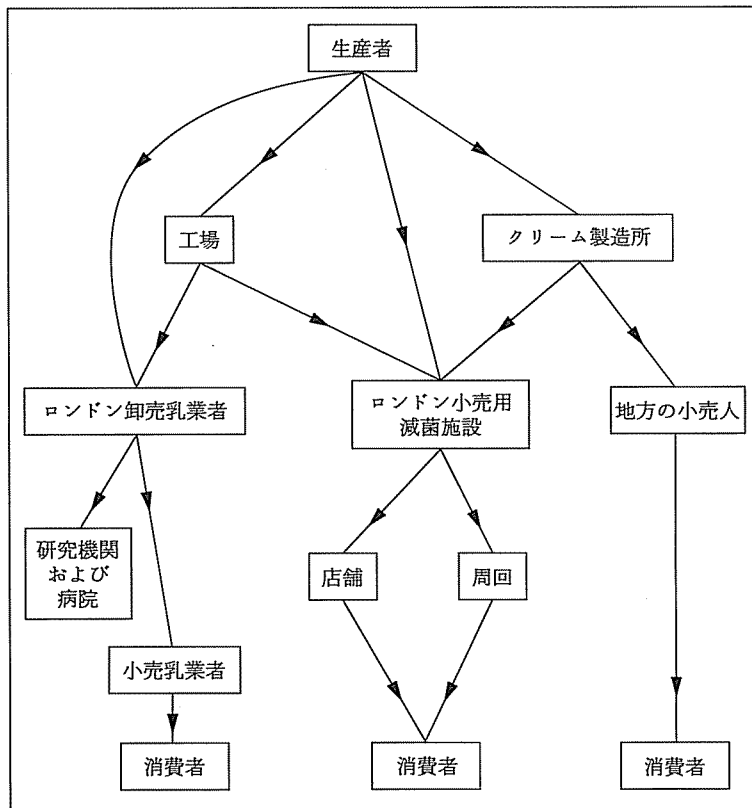


図 7 ユナイテッドデイリー牛乳流通経路

出所：Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 48.

表3 両大戦間期におけるユナイテッドデ
イリーの成長

年	株式時価総額 (百万ポンド)	順位
1919年	1.5	144
1930年	7.3	47

出所：アルフレッド・D. チャンドラー，Jr.『スケール・アンド・スコープ』有斐閣，1993年，580頁および586頁（付表 B1，2）より作成。

額だけでなく、相対的な地位でも、イギリス最大産業企業 200 社におけるユナイテッドデイリーの位置は 144 位から 47 位へと上昇している。またユナイテッドデイリーは食品・食品関連製品〔乳製品〕企業のなかでは首位を占めている。このようにいくつかの指標をみただけでもユナイテッドデイリーは戦間期を通じて成長していることがわかる。また、ユナイテッドデイリーは、政府の委員会に証人として流通業者側の代表として証言を行うなど、すでにその社会的影響力を認められていたことがわかる²⁶⁾。

牛乳生産流通委員会（アスター委員会）²⁷⁾ 報告には、次のように描かれている。「ユナイテッドデイリーは 1915 年の設立以来グレートロンドンの卸売りおよび小売り流通に徐々に浸透し、流通の約 80% を支配している。ユナイテッドデイリーが誕生する際の合併と再編の過程で、配達経路を 2744 から 1944 に減少させ、配達用馬を 1271 から 517 に削減している。ある地域では一日の配達回数を 2 回から 1 回へと減らしている。こうした動きは、大規模流通業者の合理化の一面を示すものといえ、流通合理化の観点からは一定の評価が与えられる。」²⁸⁾ 組織化した流通業には牛乳の衛生管理強化も期待されてい

た。しかし、そうした流通業における合理化が自らの株主の利益を第一に考えた結果のことであり、消費者や生産者にとって、価格や衛生などの点で必ずしも利益となるかどうか、アスター委員会は懐疑的であった²⁹⁾。

ユナイテッドデイリーは、小売店を多く傘下においていたという点にみられるように大衆消費市場が出現しつつあったことを示していると思われる³⁰⁾。ユナイテッドデイリーのほかにも、マックフィッシャリー（Mac Fisheries）やエクスプレスデイリー（Express Dairy Company）などが牛乳流通業における大規模流通業者として成長していた。

流通業者の合理化が進む一方で、生産者にとってはそれは必ずしも望ましいものとは言えなかった。流通業者の組織化は、団結した流通業者と個別に契約交渉を行う生産者という構図を作り出したのである。図 8 は、卸売価格と小売価格との差、すなわち牛乳流通において流通業者が受け取るマージンの推移を示している。これによると、1915 年までは、冬期には 1 ガロン当たり 6 ペンス、夏期は 1 ガロン当たり 8 ペンス程度であったのが、1915 年以降、特に第一次大戦終了頃から流通業者が手に入れるマージン部分が増大する傾向をみせている。またマージン部分が一時的に急騰していることも読みとれる。ここに巨大化した流通業者が圧倒的な強さで農業者の前にたちはだかっていることが窺える。このように牛乳市場では流通業者側の組織化が進展していた。流通業者の側で集中度が高まったことは、生産者の立場をより不利なものにさせる要因が登場したことを意味する。

3. 戦時統制

しかし、第一次大戦中には流通業者の組織

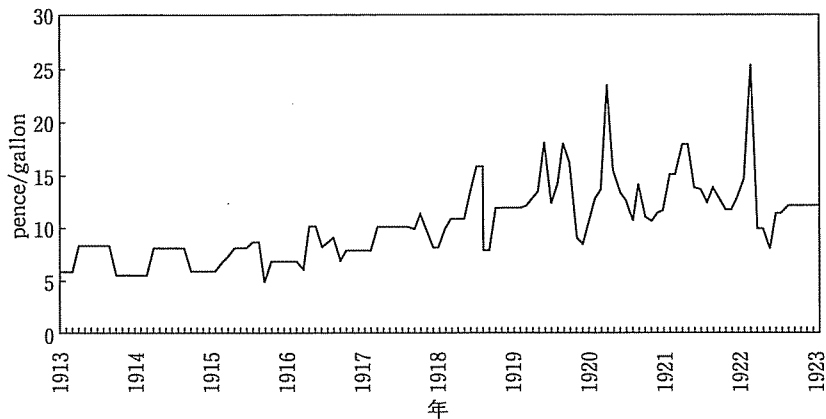


図 8 牛乳流通におけるマージン 1913-1923 年

出所：Departmental Committee of Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 7, より作成。

化の影響はにわかには顕在化しなかった。戦時統制が行われたからである。「1918 年までに、食糧供給には大規模な統制がしかれた。輸入品たると国産品たるとを問わず、一切の主要食糧は、食糧管理官が公定価格で購入および徴発を行った。輸入業者、加工業者、販売業者は、さまざまな経路で管理官の代理者となった。」³¹⁾ 牛乳流通では 1916 年 11 月から統制が始まった³²⁾。これは戦後の 1920 年まで続いた。ここで流通業者ユナイテッドデイリーも政府統制の業務を担った。生産者、流通業者ともに、安定的な価格、安定的なマージンを獲得できるという利益を見出した。生産者は一元的な購入者としての政府に販売するという経験をもつことになった。統制解除の直後、価格は急落したが、流通業者は組織化が進んでいたのに対し、生産者側は以前の個別取引に戻ったため、交渉力は流通業者側が握ることとなった³³⁾。

III. 牛乳流通における集団交渉の始まり

穀物生産や農業労働者に対しては、1917 年穀物生産法ならびに 1920 年農業法によって価格や賃金の保証制度が導入される。しかし流通面では、政府による施策は特筆するようなものは実施されない。両大戦間期の農業政策は、散発的に実施された³⁴⁾。政府の積極的な政策が打ち出されない状況の下で、関係者が独自に試み、20 年代の牛乳流通で最も意義をもったのは、常設合同牛乳委員会における集団交渉であった。

1. 常設合同牛乳委員会の設立

1920 年および 1921 年における生産者と流通業者との話し合いは不調であったが、1922 年、生産者と流通業者が代表団をアメリカ合衆国に訪問させることになった。アメリカ合衆国では飲用牛乳販売についての集団交渉が以前から国内各地で実施されていた³⁵⁾。生産者と流通業者の代表団はアメリカにおける飲用牛乳販売についての現状について調査し

た。アメリカの国内各地で採用されている牛乳販売に関する制度の共通した特徴は、牛乳を用途別に飲用牛乳と加工用牛乳とに区別し、それぞれに対して別々の価格を支払っていることであった（異なった価格を設定することは、飲用牛乳に一定の価格を保証することが意図されている）。そして生産・流通・加工の各部門が友好的な関係にあり、牛乳産業全体の利益のために協力していることであった。また生産者への支払い価格と消費者への販売価格との差として流通業者が手に入れる流通マージンが、イギリスの場合に比べてかなり小さいことに代表団は注目した³⁶⁾。

同年、生産者と流通業者の代表によってロンドンでの飲用牛乳販売に関する集団交渉が行われることになった。そのための協議機関が、常設合同牛乳委員会（Permanent Joint Milk Committee：PJMC）であった。常設合同牛乳委員会は牛乳の生産者による販売と流通業者による購入のための一年ごとの協定を協議した。ロンドン以外では、常設合同牛乳委員会にほぼ準じ、地域の実情に応じた、地域合同委員会（Area Joint Committees）が各地に設けられた。常設合同牛乳委員会には、生産者側から全国農業者経営者同盟（National Farmers' Union：NFU）、流通業者側からは全国乳業者協会連盟（National Federation of Dairymen's Association：NFDA）が参加し、主たる交渉団体はこの2者であった。このほか加工業者の代表も参加した³⁷⁾。

価格決定を中心とした販売条件について、常設合同牛乳委員会ではどのように決められたのか。委員会では一年ごとに協定を結んだ。初年度である1922年10月から翌年9月までの一年間を例にとれば以下のように説明でき

る³⁸⁾。牛乳価格決定のための枠組みとしての「計画」(scheme)を全国農業経営者同盟が提案し、幾度も委員会を開いて交渉を重ねて流通業者側が受諾するという形で、その年の販売条件を決定した。

このような常設合同委員会による協定は従来の流通慣行と以下のような相違点をもっていた。それまで牛乳の価格は、飲用向けであれ、加工向けであれ、どの用途に用いられようとも、販売（＝契約）する量に従って価格を決めるという、「単一料金原理」(flat-rate basis)によって決められていた。飲用向けでも加工向けでも区別をつけず、牛乳1ガロンにつき何ペンスという価格の設定であった。しかし、常設合同牛乳委員会の協定ではこの「単一料金原理」は改められ、飲用向け価格と加工向け価格とを区別する二重価格制が導入され、「基準超過原則」によって価格が決められることになった。基準超過原則とは、どの生産者も一定量の牛乳については飲用牛乳価格を受け取り、一定量を越えた分の牛乳については飲用として出荷されていても加工向け価格を受け取ることをするものであった。

ところで、一定量とは、一年を通じて一定のものではなかった。通常、乳牛から取れる生乳の量すなわち搾乳量は、冬期よりも夏期の方が多いたのが普通であったから、季節によって異なる量が設定された。1922-23年度の場合、10月から翌年9月までの1年度のうち、11月から翌年2月までの4ヶ月の間の平均の牛乳出荷量が「標準数量」と定められた。

「標準数量」は生産者ごとに個別に設定された。その11月から2月までの4ヶ月間は、「基準算定期間」(accounting period)と呼ばれた。「基準算定期間」の牛乳生産量は、飲用牛乳市場の必要量と大体一致していた。

基準算定期間はすべての出荷量について飲用価格が適用された。10 月から翌年 3 月までの冬期期間のうち、基準算定期間の 4 ケ月を除いた 10 月および 3 月の 2 ケ月間は、標準数量の 100% について飲用価格が適用された。4 月から 9 月までの夏期には標準数量の 110% について飲用価格が適用された。そしてそれぞれ飲用価格が適用される分を越える量の牛乳は加工向けと見なされ、飲用向け価格よりも低い、加工向け価格が適用された。

加工向け牛乳価格は高級輸入品の前月分の平均価格をもとに月ごとに算定される。生産者と流通業者の小委員会において、カナダおよびニュージーランド産チーズのポンド当たりの価格から 2 ペンス差し引いた額が、1 ガロン当たりの加工向け牛乳価格と定められた³⁹⁾。

1922-23 年度の常設合同牛乳委員会における「標準数量」に対する飲用価格適用割合、飲用価格および加工向け価格は表 4 のとおりである。また、表 5 は、その他の年度の適用割合を示している。毎年協議で合意を得たものである。

2. 常設合同牛乳委員会の意義

こうして生産者牛乳価格などの販売条件が常設合同牛乳委員会という集団交渉の場で協議されるようになったのだが、これは牛乳流通史上初めてのことであった。集団交渉において価格・販売条件の交渉が行われるようになったことは、個別的であった契約方式を改めていく契機となった。毎年採択される常設合同牛乳委員会での協定は販売条件の基準となり、かなりの影響力をもっていたと考えられている。統一された契約の書式も発行された。

また常設合同牛乳委員会での交渉が始まったことにより、それ以後、牛乳販売＝購入契約が書面によるものが一般的となり、契約期間も 6 ケ月から 1 年に変更されていった⁴⁰⁾。この点は、流通業者によって支払い価格が切り下げられることの多かった、生産者の弱い立場の改善に寄与した。すでに触れたように、それまで冬期と夏期とでそれぞれ別個に販売契約が結ばれていた。そのため搾乳量が拡大し供給過剰となりはじめる夏期の初めに契約を更新する際には生産者は流通業者に対して不利な立場におかれていた。しかし契約期間が一年となったことは、少なくとも夏期にお

表 4 1922-23 年度の飲用価格適用割合、飲用価格および加工向け価格

1922-23年度	冬期						夏期						
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
適用割合(%)	100	全	全	全	全	100	110	110	110	110	110	110	
飲用価格 (d./gal.)	20	20	20	20	20	20	12	12	12	12	12	12	
加工向け価格 (d./gal.)	7.25					12	13.25	10.5	7.75	7.25	8.5	10	

注 1 : は「基準算定期間」を示す。

注 2 : 「全」は当該月の生産量全部に対して飲用牛乳価格が適用されることを示す。

出所 : MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, p. 182, p. 186, and, p. 189. より作成。

表5 飲用牛乳価格適用の「標準数量」に対する割合
(1922-23年度～1928-29年度)(%)

	1922-23	1923-24	1924-25	1925-26	1926-27	1927-28	1928-29
10月	100	95	90	ALL	#90	#90	ALL
11月	ALL	95	*90	ALL	#90	#90	ALL
12月	ALL	95		ALL	#90	#90	ALL
1月	ALL	95		100	90	90	100
2月	ALL	95		100	90	90	100
3月	100	95	90	100	90	90	100
4月	110	115	115	100	110	110	115
5月	110	110	110	115	110	110	115
6月	110	110	110	115	110	110	115
7月	110	115	115	115	110	110	115
8月	110	115	ALL	ALL	ALL	ALL	ALL
9月	110	115	ALL	ALL	ALL	ALL	ALL

注1：□は「基準算定期間」を示す。

注2：*は、当該基準算定期間における総生産量に対する割合を示す。

(1924-25年の6月から9月までは、その4ヶ月の生産量合計の90%に適用)

注3：#は、当該月間における総生産量に対する割合を示す。

注4：ALLは、当該月の生産量全部に対して飲用牛乳価格が適用されることを示す。

出所：MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, p. 182, より作成。

ける価格低下の防止にとって重要なことであつた。図9は、常設合同牛乳委員会で合意された、冬期の飲用向け価格、夏期の飲用向け価格、そして加工向け牛乳価格の推移を示している。これによれば、夏期の価格はほぼ12ペンス/ガロンの水準を保っている。

また、飲用牛乳に対して加工向け牛乳よりも高い価格が支払われるようになったことは、生産者が不当に安い価格を押し付けられることの歯止めになった。さらに、標準数量を設定することによって、これらは牛乳についての夏期における生産過剰の抑制、冬期における必要分の確保を可能にし、一年を通して生産量を平準化する方向に導くことになった。また生産者にとって、飲用牛乳分をできるだけ多くする一方で、加工向け牛乳分とし

ての余剰分を増やさないよう努める動機としての意味も有した⁴¹⁾。

3. 常設合同牛乳委員会の限界

しかし、問題も明らかになっていった。全国農業者同盟、全国乳業者協会連盟など、常設合同牛乳委員会での交渉団体に、牛乳の生産者や流通業者の必ずしも全てが所属しているわけではなかった。また、常設合同牛乳委員会での集団交渉はもともと任意のものでしかなく、そのため、常設合同牛乳委員会での交渉条件は、強制力を備えていなかった。

また、図9では、前にも触れたように夏期では合意された飲用向け価格はほぼ一定の水準を保っているが、冬期の飲用向け価格が初年度から一貫して低下する傾向さえ見られ

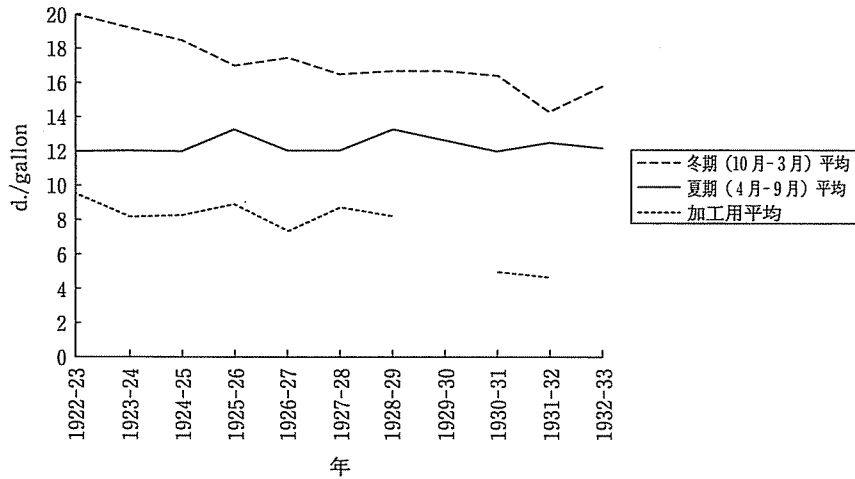


図 9 常設合同牛乳委員会の合意に基づく飲用牛乳価格（冬期・夏期）と加工用牛乳価格

出所：MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, p. 16, より作成。

る。また、輸入品価格から算定された加工向け牛乳価格も、輸入品価格に引きずられる形で低落気味である。これらはあくまで常設合同牛乳委員会の協定によって合意されたものであって、実際の取引においてはこれよりも低い価格で取引されていたと考えられる。

飲用牛乳価格低下の圧迫要因となる輸入乳製品の価格が、1929 年以降暴落する。表 6 はニュージーランド産の高級バター・チーズの価格の推移を示している。バターでは 1929 年の 172 s. (1 ハンドレッドウェイト当たり、以下同様) から、32 年には 101 s. 3 d. へと 4 割以上価格が低下し、33 年には 81 s. 3 d. へと半分以下になっている。同様にチーズでは 29 年には 90 s. 9 d. だったものが、32 年には 60 s. 3 d. へと 3 分の 2 に、33 年には 47 s. と 2 分の 1 程度に低下した。

確かに、常設合同牛乳委員会による協定は、飲用牛乳販売における一般的な基準となって影響力をもったという点で、価格・販売条件の改善は進んだ。しかし、常設合同牛乳委員

表 6 ニュージーランド産バター・チーズ平均価格 (1929-1933 年)

年	ハンドレッドウェイト当たり 平均価格 (s. /d.)	
	最上級バター	最上級白チーズ
1929	172/-	90/9
1930	129/3	77/3
1931	112/6	58/-
1932	101/3	60/3
1933	81/3	47/-

出所：Milk Marketing Board, *Milk Marketing Scheme, Five Years' Review, 1933-1938*, London, 1938, p. 17, より作成。

会の合意実施には限界があり、大きな流通業者組織に対して生産者の立場が弱いという基本的な構図については、改善されるには至らなかった。1929 年の恐慌以後は、生産者と流通業者の販売＝購入契約交渉は従前支配的であった個別自由競争方式に戻ってしまったとされていることから、そのことは窺えるのではないかと考えられる。

そうしたなか酪農業者の苦境を根本的に打開するためには、農産物販売法の制定など、政府による生産者の組織化促進政策の実施を待たなければならなかった⁴²⁾。1910年代および20年代の経験を経たのち、飲用牛乳流通にもたらされたものはより厳格な生産者組織の確立であった。

IV. 流通組織化の構想 ——農産物価格の安定——

ここでは、農産物価格安定委員会が1925年に提出した報告書の中から、農産物流通の再編に関する構想を取り上げてみておこう。

第一次大戦直後の急激な物価騰貴とその後の物価暴落によって、価格水準や所得のより一層の安定についての思想が登場する。報告書は、当時の価格の不安定さを指摘し、価格変動の要因として、生産量の変動のほかに、「断続的で行き当たりばったり」に作用していた当時の競争的流通構造の問題、「無秩序な流通」を挙げている。リンリスゴウ委員会「穀物、小麦粉およびパンに関する中間報告」の収穫時期における小麦価格の季節的落ち込みについての記述を引用してから、「無秩序な流通」がもたらす有害な結果を、簡潔に次の2点にまとめている。(1)「価格低落をともなう供給過剰を惹起させる諸条件を、実際に供給過剰とならないときでさえ、作り出す傾向がある」、また(2)「投機的ディーラーを奨励する傾向がある。価格変動は彼らの利益でさえあるかもしれないが、しかし彼らの活動は農業に大きく寄生しているものである」と⁴³⁾。また、「不安定な価格は、農業者の『自信』を喪失させることによって、生産性を低下させる。また、それは長期的には生産者の損失と

なるばかりでなく、社会全体にとって経済的浪費をまねく」とも指摘している。この報告書は、供給量の変動にともなう価格変動への救済策として、「集团的」もしくは「集権的」販売(“Collective” or “Centralised” trading)を考えている。集権的組織(centralised organisations)は既存の機関ができないようなこと、すなわち市場への供給が過剰にならないように農産物の市場への流入を規制することができる、と述べている⁴⁴⁾。

同報告書は、農業の組織化が、実は何も目新しいことではなく、合衆国、カナダ、オーストラリアなどの諸外国において成功しているものであることを指摘する。「個人間で行われるいわゆる『レセフェール』的な販売システムを離れて、巨大集権的販売組織による販売システムへ向かう世界規模での動きがみられる。」その際変化を惹き起こすものは、農業者やその他の人々の認識であり、旧いシステムよりも新しいシステムのほうが長期的にはより大きな経済的安定をもたらすものであるとの認識である、と述べている。そして、イギリス農業もこの流れに乗ることになるだろう、と結んでいる⁴⁵⁾。

このように農産物流通改善についての構想は、集団化、集権化の方向に収斂しつつ、第一次世界大戦期から1920年代にかけて蓄積していった。牛乳販売委員会を成立させるような背景がここに存在したのである。

V. 生産者組織の確立

1880年代から流通の問題は繰り返し問題となってきた。農業者は流通上の中間業者(middleman)に対して交渉力に劣っていた。品質を向上させ、また生産や流通の効率

をあげて農業者の利益を増加することが必要となっていた。1920 年代末から 30 年代にかけての苦境は流通の問題をもう一度顕在化させた⁴⁶⁾。

生産者組織を確立する動きは、常設合同牛乳委員会の教訓に学んだ部分が大きかった。また、政府はすでに農業において流通方法を改善していく必要があることを認識していた。その方向としては、標準化と組織化の二つの方向が考えられていた。製品の標準化については、それを目的とした農産物法 (Agricultural Produce (Grading and Marking) Act, 1928) が 1928 年に制定されていた。農産物に等級制を導入し、生産物を標準化することで流通方法を改善することが考えられていた⁴⁷⁾。農業省には品質の等級を創設する権限が与えられ、基準に適合する製品にはナショナル・マーク (National Mark) が付けられた。ただし標準化の制度に参加するか否かは全くの任意であった。卵や野菜の生産者は熱心であったが、一方で、例えば食肉生産のように、制度への関心が薄い分野もあった⁴⁸⁾。しかし、この制度を定着させていくためにも、生産者の組織化が不可欠であるとの認識が深まり、1931 年農産物販売法 (Agricultural Marketing Act, 1931) が制定された。

1931 年農産物販売法は、特定の農産物についてその生産者が「計画」(scheme)を策定して、流通をコントロールできる農産物販売委員会を自ら組織することを可能にした。具体的に条文をみると、1931 年農産物販売法は、農産物流通を規制するための「計画」を作成できること (第 1 条)、「計画」によって設立される生産者からなる「委員会」(board)に権限を与えること (第 5 条、第 7 条)、委員会に貸付を行うための「農産物流通基金」を創

設すること (第 11 条)、農業における協同、研究、教育を促進すること (第 5 条)などを目的としている。また「計画」を策定する「農産物流通再編委員会」を農水大臣が設置できることを第 15 条で規定している⁴⁹⁾。これに加えて 1933 年 7 月に新たに制定された農産物販売法は、農産物輸入の規制および国産農産物の販売の規制を定め (第 1 条、第 2 条)、農産物流通規制のための条件を改善した⁵⁰⁾。また同年 12 月には農産物販売法 (No. 2) が制定され、若干の補足がなされている⁵¹⁾ が、これは牛乳販売委員会設立後のことである。

1931 年法の第 15 項に基づいて、1932 年 4 月、グリッグ委員会⁵²⁾が設置された。グリッグ委員会は、牛乳販売の再編についての勧告を行うこと、そして牛乳販売を規制する牛乳販売計画 (Milk Marketing Scheme) の草案を作成することを任務とした。牛乳販売を再編する目的として委員会で考えられたことは、主として次のことであった。(1)生産者の地位を強化すること (組織化)、(2)飲用牛乳市場における価格低下を防止すること、(3)牛乳の品質を向上させること、そして(4)飲用牛乳の消費需要を拡大させること、である⁵³⁾。なかでも生産者の地位を強化することが、飲用牛乳販売の再編において最も重要な目的である、とグリッグ委員会は結論づけた。グリッグ委員会の勧告を基本として牛乳販売計画が作られた。

組織の面について、グリッグ委員会は、牛乳販売委員会として実現する「中央生産者委員会 (Central Producers' Board)」のほか、
「販売業者および加工業者中央委員会 (Central Dairymen's and Manufacturers' Board)」と「合同牛乳評議会 (Joint Milk Council)」の設立を勧告していた。「販売業者

および加工業者中央委員会」は「中央生産者委員会」との均衡をはかるために、また「合同牛乳評議会」は両者の共通の議論の場を設けるために、それぞれ設置が必要であると考えられていた。「中央生産者委員会」という生産者の団体については、1931年農産物販売法によってすでにその法的根拠が存在した。グリッグ委員会はあらたに流通・加工業者の団体も整備しようとした。しかし、「販売業者および加工業者中央委員会」、「合同牛乳評議会」の設置のためにはあらたに法律を制定する必要があった⁵⁴⁾。結局実現されたのは、牛乳販売委員会だけであった。グリッグ委員会の勧告がすべて貫徹されたわけではなかった。以下、牛乳販売委員会の概要をまとめておこう⁵⁵⁾。

牛乳販売委員会は卸売契約のすべてに関係し、牛乳販売委員会が決定した条件以外での契約はできなかった。すべての生産者は牛乳販売委員会への登録を義務づけられた。登録生産者 (registered producer) の数はイングランドおよびウェールズでは約165,000に上った。登録を特別に免除されたもの以外の生産者は、登録をしなければ牛乳の販売はできないことになった。流通業者を通さずに直接小売をも兼ねる、いわゆる小売生産者についても、牛乳販売委員会から免許を受け、登録生産者の場合と同じ条件を満たさなければならなかった。こうして生産者のほぼすべてが牛乳販売委員会のもとに組織されることになった。

そのうえで、契約・販売・代金受取は牛乳販売委員会を通して行われるようになった。登録生産者の販売する牛乳の価格決定など契約条件は、流通業者の代表や大臣の指名による第三者と協議がなされたが、実質的な決定権限は牛乳販売委員会がもつことになった。

流通業者は決められた契約価格を支払うことが義務づけられた。従来個別の契約により低く抑えられがちであった生産者が受け取る価格については、飲用牛乳についても加工向け牛乳についても販売利益はプールされ、販売量に応じて各生産者に分配された。その場合、プール制はイングランドおよびウェールズといった全国単位ではなく、分割した11の地域単位で行われた。また飲用牛乳と加工向け牛乳との価格差による地域間の問題については、地域間のプール価格格差を抑えるために、飲用牛乳1ガロン毎に賦課金を設定し、「地域間補償基金」としてまとめて、それを加工向け牛乳として販売する割合の高い地域でプール価格を引き上げるのに用いられた。

このようにして、飲用牛乳流通においては、牛乳販売委員会の成立によって、生産者の協同販売が確立したのであった。

しかし、問題がなくなったわけではなかった。例えば、1934年には農水大臣は議会で声明を発表した⁵⁶⁾。この声明に基づいて7月に牛乳法 (Milk Act, 1934)⁵⁷⁾ が制定された。この法律は国内産乳製品を安い輸入品から保護するために財政的に援助することを目的としていた⁵⁸⁾。牛乳販売委員会の運営が、財政的な援助も必要としている点をはじめとして、牛乳流通問題は引き続き論議の対象であった。

結 び

第一次大戦中から両大戦間期にかけて牛乳流通の再編は繰り返し議論されてきた。生産者の組織化に先だって、牛乳の購入者である流通業者はその代表的事例であるユナイテッドデイリーの設立が示すように、1915年前後

にはすでに組織化が進んでいた。組織化によって流通上の無駄を省く努力がなされる一方で、流通業者が生産者に対して優位に立つことを意味した。それ以来、20 年近くにわたって、生産者と流通業者の対抗が続くことになった。その間、戦時統制や集団交渉（常設合同牛乳委員会）などが行われたが、統制は戦争終了後しばらくして解除になり、集団交渉も強制力の欠如や牛乳生産者の一体性の欠如により成果を上げられなかった。

1931 年および 33 年農産物販売法に基づいて、「牛乳販売計画」が策定され、牛乳販売委員会が設立されたが、グリッグ委員会の勧告にあるとおり、それは生産者の組織化を意味した。流通業者の組織化に対応する模索の結果が牛乳販売委員会だったのである。牛乳市場において不確実性が格段に減少し、有利な立場にあった一部の農業者からは批判を受けたものの、大部分の生産者が牛乳販売計画の恩恵を被った、と牛乳販売委員会は評価されているのである⁵⁹⁾。

飲用牛乳は海外との競争上優位性を保持しているが、生乳を原料とした乳製品が外国との競争で常に価格下落要因を抱えていることで、それが飲用牛乳価格に影響を及ぼすという問題があった。20 年代の集団交渉はその問題を解決することが一つの目的であったが、成功しなかった。生産者が価格維持に努力したのは構造上やむを得ない面があった。

本稿では、牛乳流通における巨大流通業者の登場と、それに対する生産者の組織化の試みを明らかにした。その際、1932 年から 1933 年にかけて販売委員会制度が登場する過程そのものではなく、両大戦間期を通じての牛乳流通の変化に注目するため、1910 年代および 1920 年代を中心に検討してきた。牛乳販売委

員会設立の根拠となった農産物販売法の制定過程や牛乳販売計画策定過程についての、主として 30 年代初頭に焦点を当てた考察を、今後の課題としたい。

注

- 1) 以下を参照。Pollard, S., *The Development of the British Economy*, 1914-1980, London, 1983, p. 84; Whetham, E. H., *The Agrarian History of England and Wales*, Vol. VIII, 1914-1939, Cambridge, 1978, pp. 243-246; Brown, J., *Agriculture in England, A survey of farming, 1870-1947*, Manchester, 1987, pp. 112-116. ミカエル・トレイシー「西欧の農業——危機と対応——」農林水産業生産性向上会議, 1966 年, 161 頁, 三沢岳郎「イギリスの農業経済」農林水産業生産性向上会議, 1958 年, 95-107 頁。なお、森建資はこの他に、補助金政策、委員会による監督制度の二つを加えた考え方を紹介し、「現実に展開していた農業政策」が「多様な政策手段を採用していた」ことを指摘している。森建資「農業保護論の歴史的位位置——イギリスの経験」祖田修他編『国際農業紛争——保護と自由のはざまで』講談社, 1993 年, 156 頁参照。また、保守党の政策に視点を当てて両大戦間期イギリスの農業政策を論じた文献として、Cooper, A. F., *British Agricultural Policy, 1912-1936, A Study in Conservative Politics*, Manchester, 1989, がある。
- 2) 森建資「オタワ協定と現代農業政策の登場」『土地制度史学』143 号, 1994 年, 47-48 頁。森は、この「現代農業政策」形成過程を検討することにより、輸入関税法、小麦法、そしてオタワ協定法、この三つの法律がどのような論理に基づいてできあがっていたのか、農業政策と帝国経済政策がどのような連関のもとに展開したかを論じている。
- 3) “board” の日本語訳としては、「委員会」、「公社」、「ボード」などが用いられているが、西洋経済史的アプローチの先例にならって、ここでは「委員会」を採用しておく。例えば、森、前掲論文を

- 参照。農業経済学分野では、“marketing board”を「マーケティング・ボード」と訳出することが多い。例えば、S・フース（桜井倬治・藤谷築次・嘉田良平共訳）『農産物マーケティング・ボード——世界各国の経験——』筑波書房、1982年、を参照。
- 4) Brown, J., *op. cit.*, p. 120.
- 5) 農産物流通の問題は第一次大戦以降、特に20年代に入って人々に認識されるようになった。農産物流通価格委員会（リンリスゴウ委員会）は、(1)牛乳・乳製品、(2)果物・野菜、(3)食肉、および(4)穀物・パンについて調査・報告している。このことに表れているとおり、価格低下を契機として農産物流通全体が問題となっていて、牛乳流通もそのなかで議論がなされている。33年に牛乳販売委員会が発足して以降、牛乳問題が単独に扱われるようになった。30年代に販売委員会制度が導入されたいくつもの品目のなかで最も注目度の高い牛乳を本稿は取り上げることとした。Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *Interim Report on Milk and Milk Products*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 4.
- 6) 村田武『世界貿易と農業政策』ミネルヴァ書房、1996年、183頁、等を参照。牛乳販売委員会の廃止とミルク・マークの登場については、生源寺真一『現代農業政策の経済分析』東京大学出版会、1998年、第13章第1節、299-304頁を参照。牛乳販売委員会の設立から廃止までを概観し、その「経済的性格を明らかにする」ことを目的とした書物に、平岡祥孝『英国ミルクマーケティングボードの研究』大明堂、2000年、がある。
- 7) Taylor, D., “The English Dairy Industry, 1860-1930: the need for a Reassessment,” *Agricultural History Review*, Vol. 22, No. 2, 1974; Do., “The English Dairy Industry, 1860-1930,” *Economic History Review*, Vol. 29, No. 4, 1976; Do., “Growth and Structural Change in the English Dairy Industry c1860-1930,” *Agricultural History Review*, Vol. 35, No. 1, 1987.
- 8) Atkins, P. J., “London’s Intra-urban Milk Supply, circa 1790-1914,” *Institute of British Geographers, Transactions New Series* Vol. 2 No. 3, 1977; Do., “The Growth of London’s Railway Milk Trade, c. 1845-1914,” *Journal of Transport History*, New Series, Vol. 4, No. 4, 1978; Do., “The Retail Milk Trade in London, c. 1790-1914,” *Economic History Review*, Vol. 33, No. 4, 1980.
- 9) Whetham, E. H., “The London Milk Trade, 1860-1900,” *Economic History Review*, Vol. 17, No. 2, 1964; Do., *The London Milk Trade, 1900-1930*, Research Paper No. 3, Institute of Agricultural History, University of Reading, 1970.
- 10) Hallas, C., “Supply Responsiveness of Dairy Farming: Some Regional Considerations,” *Agricultural History Review*, Vol. 39, No. 1, 1991.
- 11) 例えば、飯島源次郎「イギリスにおけるミルク・マーケティング・ボードの組織と機能」『農経論叢』（北海道大学）33, 1977年、白石正彦「イギリスにおけるミルク・マーケティング・ボードの組織と機能——EC加盟後の変容過程を中心に——」『農村研究』（東京農業大学）51, 1980年、小林康平『牛乳の価格と需給調整』大明堂、1983年、平岡祥孝、前掲書、など。
- 12) 福土正博「食料キャンペーン——第一次大戦期イギリス農業政策——」廣田功・奥田央・大沢真理編『転換期の国家・資本・労働——両大戦間の比較的研究——』東京大学出版会、1988年。
- 13) 森、前掲論文、35頁。
- 14) 椎名重明『近代土地所有』東京大学出版会、1973年、第4章第6節を参照。
- 15) 以下を参照。Whetham, E. H., “The London Milk Trade, 1860-1900”; Taylor, D., “London’s Milk Supply, 1850-1900,” *Agricultural History*, Vol. 45, No. 1, 1971; Atkins, P. J., “The Growth of London’s Railway Milk Trade, c. 1845-1914”; Do., “The Retail Milk Trade in London, c. 1790-1914.”
- 16) 「加工向け牛乳」は manufacturing milk あるいは milk for manufacture の訳語としてここで

- は用いている。なお「飲用牛乳」は liquid milk あるいは milk for liquid consumption の訳語である。
- 17) イングランド北部原産の短角牛 (Shorthorn)。
- 18) Grigg, D., *English Agriculture, An Historical Perspective*, Oxford, 1989, p. 215.
- 19) Taylor, D., "The English Dairy Industry, 1860-1930: the need for a Reassessment,"; Do., "The English Dairy Industry, 1860-1930,"; Do., "Growth and Structural Change in the English Dairy Industry c1860-1930."
- 20) 農水省内に設けられた委員会 Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce で、議長の名を冠してリンリスゴウ委員会と呼ばれる。委員会の目的は「グレートブリテンにおいて農産物、園芸作物、酪農品の販売と流通についてその方法とコストを調査し、生産者が受け取る価格と消費者が支払う価格との格差を減少させられるかどうか、について研究すること」である。Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 2.
- 21) *Ibid.*, pp. 16-17. なお、1920 年代後半あるいは 1930 年代初めの流通業者に関しては、あまり分かっていない。
- 22) Ministry of Agriculture and Fisheries (MAF), *Report of the Reorganisation Commission for Milk for England and Wales*, Economic Series No. 38, 1933, p. 174.
- 23) Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 43.
- 24) アルフレッド・D. チャンドラー, Jr. (安部悦生他訳)『スケール・アンド・スコープ——経営力発展の国際比較——』有斐閣, 1993 年, 318 頁。
- 25) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, p. 174.
- 26) 例えば、アスター委員会の証人リストから、NFU や酪農業者協会 British Dairy Farmers' Association などと並んで、ユナイテッドデイリーからも証人が出席していることがわかる。Committee on the Production and Distribution of Milk, *Final Report*, 1919 [Cmd. 483.], p. 27.
- また、リンリスゴウ委員会では、ユナイテッドデイリーの Mr. J. M. Maggs, Mr. H. Trotman, Mr. J. S. Latham の各氏が証人リストに登場している。Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 96.
- 27) 委員会名は、"Committee on the Production and Distribution of Milk" であり、委員は、議長アスター子爵 Viscount Astor はじめ 15 名、1917 年 4 月内閣の指示に基づき、食糧管理官 (ロンドン卿 Lord Rhondda) の同意を得て、農水大臣 (アーノルド卿 Lord Ernle) が任命。委員会の目的は、(i)生産の刺激、(ii)供給過多時の牛乳供給維持、(iii)都市における子供への特別需要への対応、(iv)生産流通コストの効率性を高めること、(v)行政による供給の組織化、(vi)その他同様の問題、についての方針を研究することであった。Committee on the Production and Distribution of Milk, *op. cit.*, 1919 [Cmd. 483.], p. 5.
- 28) *Ibid.*, pp. 18-19. なお、この点についてリンリスゴウ委員会報告は、同社による支配は首都圏の牛乳総供給の 65%までであり、アスター委員会報告の見積もりは過大であるとしている。Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 43.
- 29) Committee on the Production and Distribution of Milk, *op. cit.*, 1919 [Cmd. 483.], p. 19.
- 30) イギリスでは 19 世紀末から戦間期にかけて流通の合理化が進んで大規模小売業が発達していた。原輝史・工藤章編『現代ヨーロッパ経済史』有斐閣, 1996 年, 60 頁, 参照。
- 31) トレイシー, 前掲書, 159 頁。なお、「食糧管理官」とは統制の責任者である, Food Controller をさしている。
- 32) Whetham, E. H., *The Agrarian History of England and Wales*, Vol. VIII, 1914-1939, p. 111.
- 33) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, pp. 175-176.

- 34) 1920年代の農業政策で最も重要なものは甜菜に対する支援である。1925年甜菜助成法は、10年間の甜菜価格保証を認めた。これにより、甜菜の耕作面積は増大し、農業労働者の雇用も増大した。このほか1928年農業信用法は農地や農場建物の地方税負担を軽減した。1923年農業借地法は借地農の耕作科目の自由を認め、良好な耕作と引き替えに借地権を一層強化した。Pollard, *op. cit.*, p. 83.
- 35) 合衆国の流通については以下の報告書を参照。MAF, *Report upon Large Scale Co-operative Marketing in the United States of America*, Economic Series No. 4, 1925.
- 36) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, 1933, p. 176.
- 37) II. で述べたユナイテッドデイルーと、常設合同牛乳委員会との関連については、必ずしも明らかではない。常設合同牛乳委員会に参加した生産者および流通業者の名簿(1924年)には、生産者代表10名と流通業者代表10名の氏名および住所(もしくは所属とその所在地)が記載されている。ユナイテッドデイルーからは1名(Mr. Maggs)が参加している。ここからは、同委員会の流通業者側がユナイテッドデイルーの強い影響下にあったと断定することはできない。RHC [Rural History Centre], SR NFU AD 1/45, National Farmers' Union, Joint Committee of Milk Producers & Distributors Minutes, Apr. 1922-Jan. 1933.
- 38) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, 1933, pp. 11-12.
- 39) Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], pp. 100-101.
- 40) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, 1933, pp. 10-11.
- 41) Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, *op. cit.*, 1923 [Cmd. 1854.], p. 101.
- 42) 政策が登場する過程については、森建資、前掲論文を参照。
- 43) MAF, *Report of the Committee on Stabilisation of Agricultural Prices*, Economic Series No. 2, 1925, p. 50.
- 44) *Ibid.*, p. 51.
- 45) *Ibid.*, p. 52.
- 46) Brown, J., *op. cit.*, pp. 114-115.
- 47) MAF, *The Agricultural Marketing Act, 1931*, Economic Series No. 33, 1931, p. 7.
- 48) Brown, J., *op. cit.*, p. 115.
- 49) Agricultural Marketing Act, 1931 [21&22 GEO. 5. CH42].
- 50) Agricultural Marketing Act, 1933 [23&24 GEO. 5. CH31].
- 51) Agricultural Marketing Act (No. 2), 1933 [24 GEO. 5. CH1].
- 52) 正式な名称は「イングランド農産物販売再編委員会」Agricultural Marketing Reorganisation Commission for Englandという。委員長の名(Sir Edward Grigg)をとってグリッグ委員会と呼ばれた。
- 53) MAF, *op. cit.*, Economic Series No. 38, 1933, p. 143.
- 54) *Ibid.*, pp. 143-144.
- 55) MAF, *Report of the Reorganisation Commission for Milk for Great Britain*, Economic Series No. 44, 1936, pp. 6-11.
- 56) *Milk Policy, Statement by the Ministry of Agriculture and Fisheries in the House of Commons on Thursday, February 22nd, 1934*, London, 1934 [Cmd. 4519.].
- 57) Milk Act, 1934 [24&25 GEO. 5. CH. 51].なお、この34年牛乳法の後も36年牛乳法が制定されている。
- 58) この法律が財政的に援助する対象としては、このほかに、牛乳供給における品質向上、牛乳需要開発がある。
- 59) Whetham, *op. cit.*, 1978, p. 253.
(名古屋大学大学院経済学研究科研究生)