

後決め・事後調整の本質

池 本 正 純

日本の素材産業には、価格の「事後調整」ないしは「後決め」と呼ばれる独特な取引慣行がある。本論では、そのような慣行が定着した背景を探るとともに、この慣行を巡る最近の動向を述べ、今後の進むべき方向について一つの意見を表明したい。

製品を出荷した後で値決めをするのが「後決め」であり、「事後調整」とは一旦決めておいた価格を後になって修正する仕組みである。

かねてから外国企業などからは「分かりにくい異質なやり方」であるとか、「日本独自の商慣習で参入障壁になっている」とかの声が絶えず、事実90年代に入って日米構造協議の際には、米国側から「不透明な取引慣行」と批判され、その改善が強く要望された。

慣行の見直し圧力は、海外からのみならず、監督官庁である通産省や公正取引委員会からも発せられていたが、業界自身にも見直し機運がなかったわけではない。つまり、「事後調整・後決め」の慣行は業界自身の体力を疲弊させるという認識がバブル経済崩壊後の長引く不況の中で強まり、外圧を一つのきっかけにする形で90年代に入ってこの慣行の撤廃へ向かう取り組みが相次いで見られた。

過去10年間に価格の後決めや事後調整の事実が報道（日経3紙に）された産業は30品種に及

目 次

(1) 後決め・事後調整の慣行	2
(2) 後決め・事後調整の背景	8
(3) 後決め・事後調整の問題点	9
(4) 業転市場と先物市場	12
〈編集後記〉	16

ぶ。その主なもの（報道の頻度の高かったもの）を挙げると次のようである。

（石油製品）ガソリン、灯油、軽油、C重油

（石油化学）エチレン、ポリエチレン樹脂、ポリプロピレン樹脂、塩化ビニール樹脂

（紙・パルプ）洋紙、段ボール原紙

（ガラス）板ガラス

（セメント）生コンクリート、セメント

（鋼材）H型鋼、一般型鋼

事後調整の慣行と関連の深い「建値」が存在するかどうかという基準で選べばほとんどの産業素材を挙げなければならなくなるが、ここではあくまでも事後調整との関わりで問題とされる業種にだけ絞っている。これらのうち特に重要と思われる業種をいくつか取り上げて、それぞれの分野での後決め・事後調整の慣行の実態や、最近の慣行撤廃の取り組みについて眺めてみよう。

（１）後決め・事後調整の慣行

<H型鋼>

H型鋼市場ではメーカー……商社……系列問屋（加工業者）という形で流通の縦割り構造が定着している。市況低迷時にはメーカーは「事後調整」（後仕切り）と称して、過去に遡って出荷価格（仕切り価格）を引き下げる一種の損失補填を行なうことによって系列流通業者を保護してきた。

この慣行に大きな転機が訪れたのは94年4月である。90年代に入り、建築需要は伸び悩み、H型鋼の市中価格は下げ続けていたが、電炉業界と高炉業界とのシェア争いが熾烈になるにつれ、その下落基調に拍車がかかった^(註1)。

鉄鋼各社は、前年の出荷分について流通業者からの事後調整の要求に応じるとともに、4月以後の出荷価格（1トンあたり3万3千円）を「最終価格」として、以後、一切事後調整に応じないことを宣言した。

鉄鋼メーカーが自ずから事後調整廃止を謳い、流通業者に厳しい姿勢を示したことの背景には、市況の低落で、メーカーに、もはや事後調整を行なうだけの余裕がないほど採算が悪化してしまっていることと、事後調整の実施を当て込んで流通業者の値引き販売を誘発してしまうという悪循環をどこかで断ち切らなければならないという危機意識があった。

もちろんそこには同時に、メーカー自身がシェアの拡大のみに専念して増産に走ることへの

反省があった。メーカーの減産努力なくして市況の回復はありえない。しかしメーカー間の減産の協調ほどこの業界において難しいことはないというのもまた事実である。

<板ガラス>

ガラスの値決め方式の見直し機運が強まってきたのは93年以後である。板ガラスの流通において海外から不透明と指摘されている「後決め・事後調整」の慣行を改善するというのが大義名分であったが、そこには、ガラスメーカーにとって悪化している収益を回復させるために、値引きにつながる取引慣行をやめたいという本音の部分が潜んでいる。

板ガラスメーカーと特約店の間で10年以上も続いているというこの慣行は次のような形で行なわれる。まず、メーカーが価格表に基づいて特約店に見積りを出し、特約店はその価格にマージンを上乗せしたものをゼネコン傘下の工事業者や販売店に提示する。工事業者・ゼネコンとの折衝の間に大幅に値引きされることが多く、その分が最終的にガラスメーカーに回ってくるという仕組みである。価格が最終的に決まるのは工事が始まる寸前で、場合によっては、商品を納入して半年から一年後まで値段が決まらず、決算の見通しが立たないこともしばしばだといわれる。しかも一度値段が決まった後に再度ガラスメーカーに値引きを求める事後調整も常態化していたと言われる。

卸売業者は、値段を気にせず売りまくればいいし、いざとなれば、後からメーカーに泣きつけば救いの手がさしのべられた。メーカーにとっても系列の流通業者の面倒をみておけば、販売ルートの強化につながるというわけである。

しかし、この両者のもちつもたれつの共存関係は、50%のシェアを握る旭硝子を筆頭に日本板硝子、セントラル硝子の3社が市場を握る寡占体制を前提にした蜜月でしかなかった。バブル後の不況の深刻化と円高による海外製品との競合という状況の中で、市況は軟化し続け、メーカー各社の採算は著しく悪化し、もたれ合いのつけとして残った高コスト体質を支えるだけの余裕はなくなってきた。

後決め方式ではどうしても事務コストがかさむし、決算見通しがなかなか立ちにくい。また、事後調整を許容することは、特約店の自己責任意識を希薄にさせ市況軟化を招くことにつながる。そして何よりも経営効率の悪い卸売業者までも保護してしまう仕組みを作り出し、流通合理化が進まないという結果をもたらした。

93年4月に旭硝子は特約店に対し後決みを廃止し先決めに移行していくことを通告し、94年から各メーカーも先決め導入に歩調を合わせた。

後決め、事後調整の廃止は、メーカーが流通リストラに本格的に乗り出したことを意味する^(注2)。

<洋紙・段ボール原紙>

紙製品のうち、板紙メーカーの製品である段ボール原紙や市況性の強い上級紙・コート紙の分野では「戻し」と呼ばれる事後値引きが慣行化していた。

代理店がメーカーから仕入れるとき伝票上は建値を書いておく。その後市況が大きく低下したような場合に、メーカーが値下がり分の価格を補填し、過去に遡って仕切価格（建値）を調整するというものである。

事後調整があると、流通に価格への責任能力がなくなり、量をさばくことが最優先され、価格競争に陥りがちとなる。それが市況回復の足を引っ張ってしまうという認識がメーカー側にあり、この慣行を廃止すべきだという意見は以前から業界にはあった^(注3)。

しかし、この慣行からなかなか抜け出せない背景もある。製紙業界には、生産設備の稼働率を上げれば上げるほど生産原価が下がるため、多少安く売っても、量を確保できれば儲けが出る体質がある。そのためメーカーには販売攻勢をかけ、量重視で流通に販売しようとする誘因が働きやすい。このことがメーカー側の協調的減産を難しくしている。それどころか、洋紙市場はメーカーの相次ぐ設備投資の結果、90年代に入って日増しに供給過剰感が深刻になり、「ここ30年間で最大の危機」と言わしめるほどの市況悪化に陥った^(注4)。

折しも、日米構造協議等で海外からの批判的な指摘がなされ、国内でも通産省の指導、公正取引委員会の実態調査などを受けたことも重なり、業界は94年に一気に事後調整廃止を含め取引慣行改善にむかって動き出すことになる。それに合わせて江戸時代以来といわれる口約束で済ませていた従来の契約方式を改め、「価格確認書」「基本契約書」「基準取引条件明細書」等の書面方式を徹底することになった。

洋紙の分野ではメーカーは合併再編（寡占化、総合メーカー化）により市況軟化の影響から免れようと試みており、事後調整がなくなると力の弱い代理店や中小卸は厳しい立場に追い込まれるとみられている。

一方、段ボール原紙の分野では、中小メーカーの占めるシェアが大きく、減産の歩調は揃いにくい。また輸入品の流通もあるため市況は国際価格に次第に収斂しつつある。「中間決算対策金」などという名目で形を変えた事後調整が復活しているとも伝えられている^(注5)。

<ポリオレフィン>

ポリオレフィン（ポリエチレンとポリプロピレンの総称）の分野で取引慣行の是正への取り組みが本格化したのは95年である。

90年代に入って板ガラスや紙の分野で取引慣行是正策が浮かび上がったのには多分に日米貿易摩擦に絡んだ外圧主導による改善の性格が強かったのであるが、石油化学業界の場合は、こ

のままだと石化メーカーと加工メーカー双方を含め業界全体の自壊につながるとの危機感がバネになり、外部からの指摘によらない自主的な改善として打ち出されてきたという趣がある。

ポリオレフィンの場合、フィルム用途向け（生産量の3分の1を占める）の取引で価格の後決め制が定着していた。国内の合成樹脂は通常、四半期毎に価格を決めているが、フィルム加工向けでは出荷中の樹脂価格を次の四半期中に決めるやり方が定着している。

プロピレンなどを含め石油化学製品はすべて原油から抽出したナフサが基礎原料になっている。それゆえ、四半期毎の輸入ナフサ価格が確定した後に、ナフサ価格や製品市況等を見て価格交渉をするという慣行が自然なものと受けとめられてきた。ナフサの価格変動リスクを売手、買い手双方で分散負担できるという利点が認められた訳である。特に、石油危機後の原料価格の変動の激しい時期にはメリットがあったと思われる。

しかし、そこには大きな弊害を伴っていた。まず、交渉期限がはっきりしないため価格がなかなか決まらない。決算期をまたぐ会計処理になったり、月毎の売上高、利益の管理が正確にできないなど双方にとって経営効率化の妨げになる。

また、樹脂加工メーカーには石化会社の系列会社が多く、市況が悪化したときの経営支援の方法は複雑な形をとる場合がある。たとえば加工メーカーが成型機の増設などの設備投資をした際、その資金を低利で融資したり、投資額に見合った製品価格の引き下げに応じたりしてきた。確かにこうした慣行は販売先との関係を緊密にする役割を果たしているが、半面メーカー側に多大の負担を強いている。

もともと汎用樹脂は他のメーカー製品への代替が比較的容易なためユーザーを死守するには、どこかが安い価格に応じればそれに追随せざるを得ない構造になっている。特にバブル経済が破綻した後は、価格の維持より出荷量の確保を優先するメーカーが後を絶たず、価格は下落の一途をたどった。石化業界にとって「後決め方式」に代表される取引慣行からの脱却は緊急の課題となって浮かび上がってきた。

すでに石油化学大手のうち何社かは93年あたりから「後決め方式」の廃止と設備資金の支援の見直しをユーザーに対して表明していたが^(注6)、業界を監督する立場の通産省も、素材全般に輸入が拡大し、従来のように国内企業だけのあうんの呼吸で決まる取引慣行が国際的に通用しなくなってきたうえ、馴れ合いの関係が日本の石油化学関連産業を弱める恐れが強いと判断、石化メーカー、加工メーカーのほか商社、学識経験者を加え話し合いの場を提供、94年12月から約半年間にわたり商慣行の是正に向けた協議を強力に後押しした。報告書では、後決め制度が「競争制限的に機能する恐れがあるほか、コスト増加要因になっている」と改善の必要性が指摘された。

95年には昭和電工を初め石化メーカーは価格先決めへの移行を相次いで宣言し、業界として

も価格確認と取引条件を明記する取引書類のモデルを作成してユーザー側に慣行是正を働きかけることになった。

その後の通産省の調査で「後決め」の比率は減りつつあるとされているが、ポリエチレンのフィルムメーカー向け取り引きでは依然として慣行の是正は進んでいないといわれている。

<ガソリン>

ガソリンの業界では80年代からすでに事後調整が問題視され、その廃止へ向けた取り組みが行われてはいたが、その慣行からの脱却は容易ではなかった。たとえば、87年3月半ばに石油元売り各社が原油高を理由に石油製品（ガソリン、灯油、軽油など）の値上げを実施したが、5月に至ってもそれが市場の末端まで浸透せず、特約店が「末端への転嫁難」を理由に値上げ分の一部返還を元売りに要求したことが報道されている。この時すでに通産省・資源エネルギー庁の指導で「事後調整撤廃」に向け元売り各社は足並みを揃えていたはずであったが、水面下で対応するケースが一部に出ており、慣行是正の道が容易でないことを伺わせている^(註7)。

ガソリンの卸段階で見られる事後調整は建値制度と一体の仕組みである。建値制をとる元売りは主に民族系で、通常一カ月の仕切り値（建値）を特約店（卸売り）などと決め、翌月下旬に決済する。一方、販売店（給油所）は周囲の状況に合わせて小売り価格を設定し、特約店には小売り価格から口銭を引いたものを「サブ仕切り」として支払う。末端の市況が下がったりして特約店の経営が苦しくなると^(註8)元売りは事後調整（名目は経営助成金、販売奨励金など）として資金援助する。一部では、上期末、下期末などまで事後調整を延ばす結果、元売りの特約店の間で、市況がどの程度だったのか意見が食い違い、調整が難航することもあるといわれる。

この方式は、シェアの拡大を狙う元売りが系列特約店に拡販を要求し、流通段階で万一赤字が出てメーカーが救済するという機能を果たしており、コストよりシェアが優先されたまさに高度成長時代の落とし子的存在といえることができる。

しかしこの方式では、特約店の元売りに対する甘えが捨て切れず、安易な乱売に陥る可能性が大きい。円高、原油安の局面では、特約店があらかじめ元売りの差益を見込んでシェア拡大のため赤字覚悟で安値販売を仕掛ける事も多い。元売りにとって事後調整は市況軟化の元凶と認識されるようになり、80年代の後半からその慣行是正の必要性が次第に強く叫ばれるようになった。

そのような折、石油製品の価格形成に一つの転機が訪れた。90年のイラクのクウェート侵攻に端を発する湾岸危機の際、過去のオイルショック時の混乱の再発を警戒した通産省は輸入原油や為替レート等のコスト変動を反映させて月毎に製品価格を設定する「月決め方式」へ移行

するよう指導した。供給不安を背景とした便乗値上げを防ぐため、石油会社のコストをガラス張りにすることがもともとの狙いだった。

元売りにとっては、通産省に毎月コストを報告する義務を負うものの、それをテコに毎月卸値を着実に改定する事が出来るうえ、事後調整廃止に足並みを揃える絶好の機会となると考えた。

事実、湾岸停戦を受け、通産省が元売り各社からの毎月の原油コストについてのヒアリング調査を停止した91年5月以後も、石油業界は自主的に月決め方式を継続することにした。月決めが流通のコスト意識を高め、事後調整の撤廃に役立つと判断したからに他ならない。だが95年には各社の発表値と実際の卸、小売り価格の変動とは噛み合わなくなってきた。末端価格の下落を追認する形で元売り各社が事後調整に乗り出したためといわれる。

石油業界には市況の軟化につながるもう一つの難問が存在する。業者間転売市場（業転市場）である。業者間転売物（業転物）は石油元売り会社が一時的な需給調整のために余剰製品を商社、石油製品販売業者などに、本来の仕切り価格や市中相場より安く販売するもので、ほとんどの元売りが実施しているといわれている。末端市場での安売りのきっかけは業転物の安いガソリンを仕入れたスタンドが発端となるケースが大半であるという。業転物が出回ることは、流通業に責任があるのではなく、採算よりも販売量を重視しようとする元売りの姿勢にそもそも問題があるということになる。

流通側からの事後調整の要求は、元売りが市場に製品を無理に押し込もうとしたつけが回ってきているだけだということができる。「需給実態の鏡ともいえる業転市場のガソリン価格急落は、市場が国際化時代の価格体系を模索し始めたシグナル」という声もある^(註9)。

資源エネルギー庁の石油流通効率化ビジョン研究会は95年6月報告書をまとめ、① 転廃業などを含めガソリンスタンドの集約化推進 ② 卸値の事後調整など不透明な商慣行の是正 ③ 価格表示の明確化などに取り組むよう求めた。

①の「集約化推進」を打ち出した背景には、シェアを重視する元売り会社が不採算スタンドにも経済的な支援を実施してきたため、合理的な判断に基づく転廃業が進んでいないという認識がある。

②の「慣行是正」については、元売り会社が最終的な卸売り価格を数ヶ月後に決定する事後調整や、それに伴って発生する“内々価格差”といわれる地域間の卸売り格差の是正を求めた。このような不透明な商慣行の存在が元売り業者や販売業者のコスト意識を弱め、石油流通の効率化を損なっていると強調し、リベート支給基準の明確化や先決めの徹底を進めるよう促した。

89年にPQ制（原油処理量、ガソリン生産量の割り当て制）が、90年に給油所建設規制と転

籍規制が相次いで撤廃され、96年4月には特石法（特定石油製品輸入暫定処置法）が廃止された。本格的な輸入自由化にはまだ至っていないが、国際市況の波は明らかに迫っている。事後調整の完全撤廃を目論む元売り側と何らかの形で事後調整の存続を要求する流通側との綱引きは依然として続いている。

事後調整を完全に撤廃すれば、確かに取り引きは透明化し、流通業の再編は避けられないことになるだろう。しかし、だからといって市況の変動が止む訳ではない。原油価格、為替レートの変動のみならず、国内の景気の動向、海外の製品市況が揺れ動くからである。ガソリンの価格変動リスクを処理するための何らかの工夫が必要となることは言うまでもない。

（２）後決め・事後調整の背景

前節で後決め、事後調整の代表例としていくつかの産業素材を紹介したが、そのような取引慣行が定着してきたことにはいくつかの共通した特徴と背景がある。

- ① 建値の思想（コスト積み上げ方式に基づく価格設定をよしとする考え方）
- ② 装置産業（規模の経済）
- ③ 製品差別化の難しい製品
- ④ 系列化した流通

まずメーカー側に価格設定上の主導権があるという「建値」の発想がある。適正な価格とは生産者のコストの回収が保障できる価格であるという「コスト主義」の発想には、明らかに価格メカニズムに対する生産者優位の考え方が潜んでいる。

たとえば「高めの建値が値崩れを現状でとどめているのだ」という石油元売り首脳の発言や、「最初に建てる価格は高い方が交渉を進めやすい」という非鉄金属メーカー首脳の言葉にそれは象徴的に現れている^(注10)。

その起源を遡れば、戦時中の生産至上体制にまでたどり着くこともできるが、戦後のモノ不足時代から始まって高度成長時代を貫いて日本の素材産業のあらゆる分野において「コスト主義」の考え方が染み付いていたことは想像に難くない。まさに長期的な右肩上がりのトレンドに支えられていたため、コストプラス適正マージンで価格を決めるという発想は自然なものと受け止められたし、また実現可能であった。

「戦後復興の時に行政が取った方針は、生産者主義経済と価格の安定体制の維持だ。この二つが日本経済立直しの柱だったと思う。それが非常にうまく作動して日本は経済大国になったわけだが、現在もこのままの体制でいいのかどうか……これまで日本はなあなあなところで値決めが行なわれ、価格変動は結局、消費者にしわ寄せされていくような形で運営してき

た。』^(註2) という大手商社首脳の発言は、戦後の日本経済に支配的であった価格形成の特徴についての偽らざる感想と受け止めることができる。しかしその成長のプロセスはいくつかの壁に出くわし、単線的ではありえなかった。それが第二以後の特徴と背景につながる。高度成長時代は同時に重化学工業化の進展するプロセスでもあった。

素材産業の多くは装置産業である。生産量を増やせば増やすほどコストは安くなるという典型的な費用逓減型産業である。日本の素材産業の多くはこの範疇に入るが、高度成長時代を通じて多くの企業が参入し、「過当競争」体質と呼ばれるまでに一気に生産能力が膨張した。利益が少なくてもシェア拡大に走るという日本の企業に固有な経営方針を日本の素材産業はもの見事に体現した。皮肉にも過当競争を抑制しようとした行政の関与がかえって過剰な設備投資と過当競争を促進する結果を招いたといわれている^(註12)。

素材メーカーは卸売りやユーザーを系列化することによって販路を確保しようとしたが、産業素材は製品差別化が難しい同質的商品であるため、不景気などで需給バランスが崩れてくると価格で調整するしかない。建値を生かしたままでそれを行なうためには、後決めか事後調整しかないということになる。流通ルートを守ろうとすればするほど、外からは不透明なメーカーと流通業とのもたれ合いの構造が胚胎することになる。

「四半世紀にわたって続いてきた樹脂価格の後決め制度は、いわば閉じられた業界の中での富の再分配システムだった。そしてその仕組みを支えたのは右肩上がりの経済であり、この間はお互いに少なくとも一方的に損はしていないという共通認識を持つことができた。』^(註13) だがバブル経済が崩壊した後の長引く不況の中でこのシステムを支えることがもはや不可能であるところまで来ていることを多くの素材産業は認識した。

(3) 後決め・事後調整の問題点

後決め、事後調整の問題点としてこれまであげられてきた点を分類列举すると以下のようになる。

<政府にとって>

- ・海外からの批判……不透明な取引慣行、参入阻止、差別価格

<メーカーにとって>

- ・事後値引や金融支援の負担が大き過ぎる
- ・市況軟化の元凶
- ・利益の把握ができない（合理的経営への阻害要因）
- ・伝票処理など事務が煩雑

〈流通、ユーザーにとって〉

- コスト意識が希薄になる（合理的経営への阻害要因）
- 利益の把握ができない（ “ ” ）
- 事務が煩雑

素材産業の各分野で後決め、事後調整といった取引慣行の是正に取り組む機運が強まったきっかけは確かに海外からの批判にあったし、それを受けた行政側の指導の影響力も大きかったのであるが、基本的な流れとしては、メーカー自身が事後調整と市況軟化の悪循環をどこかで断ち切らねばならないという危機感を抱いていたということ、そして採算が悪化して事後調整にとっても対応できるほどの体力がなくなったという状況がすでにあったという点が重要である。行政の側からの慣行是正の指導はまさに渡りに船であったのである。

しかし、真の問題は実はメーカーや行政が主張する「後決め、事後調整」それ自体にある訳ではない。そのような慣行を廃止すれば、すべての問題が解決される訳では決してない。その慣行の前提となっている「初めに建値ありき」というコスト積み上げ方式に基づく生産者優先の価格設定の考え方こそが本質的に問題だということである。根が深いことに、素材の買い手の立場にある流通業やユーザー自身がみずからの販売価格の値上げの口実にするために、購入する素材の値上げをあえて飲もうとする姿勢さえ見られる。素材産業の分野でのそのような姿勢は、加工、組立産業にとっての高コストとなって現れ、その輸出競争力に影響を及ぼし、最終的には日本の消費者に高物価としてつけを回すことになる。

採算の悪化をもたらしている市況の軟化も、事後調整を廃止して建値を維持しやすくしたり、減産を協調的に行なうことによって市況を立て直すことにのみ専念することが正しい対応なのではない。それではやがて国際競争力を失って輸入品の浸食を招くだけとなる。重要なのはメーカーと流通がともに経営努力によりコスト削減を図り、国際的な競争に耐えるだけの生産効率を達成することである。

事後調整が必要となる基本的理由は需給関係の変化に基づく市況の変化にある。一定期間、硬直的な建値がある以上、その変動を調整する何らかの手段が必要となるのは言うまでもない。事後調整が「不透明」であるが故に批判の対象となるとすれば、「公」に生産者の立場を優先して一方的に設定される建値を同時に廃止しなければならない。少なくとも流通やユーザーの立場をも考慮した相互に納得が行くような交渉によって弾力的に「建値」の変更、調整を行わなければならないはずである。そして、もたれ合いが不透明の故に許されないとすれば、最終的には価格変動リスクを処理するための何らかの方法をそれぞれみずからの責任において模索する必要がある。

その様な経済全体の価格メカニズムの作動という観点から、後決め、事後調整という慣行の

持つ根深い問題点を再整理すると以下のようなだろう。

- ① 建値制に見られるコスト主義……高コスト体質、素材産業の競争力を弱める
- ② メーカーと流通とのもたれ合い……流通部門の効率化への阻害要因
- ③ 安易なシェア争い……無駄な生産、資源の浪費
- ④ 価格調整の遅れ……価格メカニズムの速やかな機能を阻害
- ⑤ 価格形成プロセスの局限制、閉鎖性……全体の需給の情報が価格に反映されない。
- ⑥ 価格変動リスクへの対処能力の後進性……リスク負担コストの消費者への安易な転嫁

①、②、③については既に述べた通りである。④は、「コスト意識の希薄化」という認識の中に既に含まれていた問題である。メーカー側は「値上げの浸透が遅れがち」とその弊害を述べ、流通ユーザー側は「原価がいくらなのかいつまでたっても分からない」とこぼしている現象に他ならない。契約が明確な形で行なわれれば、流通業者も採算を意識した販売姿勢を迫られるであろうし、そうなれば営業の第一線での価格情報も正確、迅速にメーカーにフィードバックする。

⑤は価格調整が行なわれる場の問題である。事後調整は確かに需給の変化を反映してはいるのだが、極めて閉鎖的で限定された当事者間（相対の関係）での話し合いに依存している。そこで成立する価格には、市場全体の需給の動向に関わる情報が最大限に反映されているとは言い難い。またその価格が公的なシグナルとして広く一般に伝わりにくい。

「需給の鏡」といわれる業転物市場にしても、取引相手は一部の流通業者に限定されてしまうため、そこで成立する価格は、限られた情報しか反映しない。系列の流通ルートに押し込む場合に比べれば、相手はいくらか広がるといえるが「空間的」に狭い範囲の需給関係の中で価格が調整されることに変わりはない。特にこのように閉鎖された仲間うちでの取引の場合には、一部の人々の偏った憶測が過度に作用して価格が不必要に揺れ動く恐れがある。

参加者が「空間的」に限定されるというこの問題は、更に価格に反映する情報の「時間的視野」が狭いものに限定されてしまうという問題につながっている。市場がオープンであれば、より多くの観点と立場の人々の予測が価格に反映するようになり、長期的な展望に基づいた価格が形成されやすい。一時的でローカルな需給関係の変化に価格が左右されないで済むのである。

このような視点から、先物市場の役割を改めて見直す必要がある。先物市場は何よりも価格形成の場にてできるだけ多くの情報と予測を結集しようとする工夫に他ならないからである。

⑥の問題はまさに先物市場の活用の問題に直結する。先物市場は、価格の変動につながる

様々な需給関係の情報を持った者が、その情報能力を生かそうとする舞台である。先物市場がオープンなものであるが故に、多様な予測に基づく多様な取引参加者を結集することができる。そのことが同時に市場の流動性を増すことにつながっている。流動性があるが故に、現在の市況に納得がいけば取引相手を探し出すことは容易となる。先物市場でのリスクヘッジは、市場の公開性と自らの予測に賭けようとする多様な意志とによって支えられている。先物市場への参加資格を「当業者」に限定するのは、本来の先物市場の機能を削ぐものである。

先物市場は広範な情報、長期的視野に基づいた予測を反映した価格を形成する場であるが、そのことが同時に価格変動リスクを処理する上での重要な手段を提供している。

日本は現在「先物後進国」の地位に甘んじている。それをもたらした最も重要な背景が、素材産業の価格形成のあり方を規定している「生産者主義」だと言える。しかし、規制緩和と国際化の波を前にして「建値」を前提にした「事後調整」方式に今赤ランプがついた以上、価格変動リスクを処理するための本格的な対応を日本の各素材産業は迫られている。その最も重要な方法が先物市場だということになる。もちろん、その先物市場も「当業者主義」の考え方から脱却したものでなければならない。

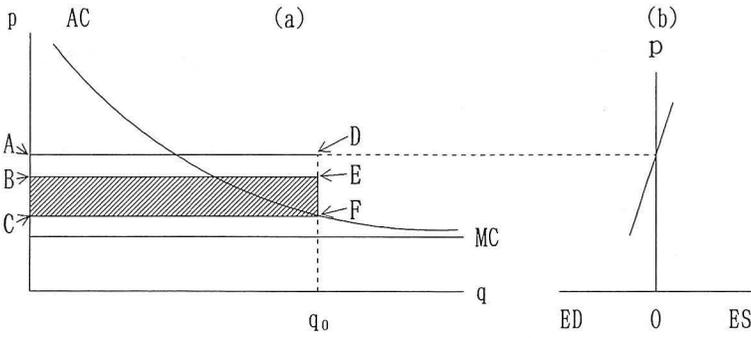
(4) 業転市場と先物市場

(3)で述べた業転市場の限界と先物市場の役割を、ガソリン市場を念頭において図解によって明確にしておこう。1図(a)には、個別メーカーの平均費用曲線ACと限界費用曲線MCが描かれている。装置産業の特性として費用逓減的なケースが想定されている。業転市場(b)では超過供給ESがゼロとなるように末端の販売価格の相場が決まるものとする。

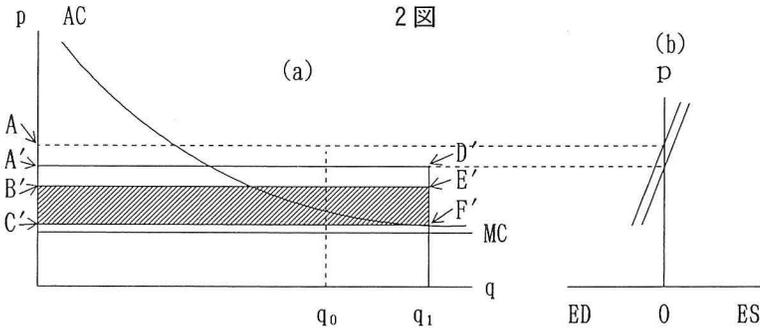
メーカーはある標準的な生産量 q_0 に対応してBの高さの建値で卸し、BCFEの利潤を得ている。流通業はABの幅の流通マージンをプラスして販売しているとする。この時産業全体で超過供給は発生しておらず、業転市場は均衡している。問題なのは個別企業にとっての q_0 をどの点で決めるかである。1図ではAの価格でちょうど均衡している状態が描かれているが、個別企業にとっては自分だけが生産を増やしても、価格はそれほど下がらないのではないのかという期待をする。例えば2図のようにいくらか価格は下がるかもしれないが、販売量を伸ばすことによる利潤増が大きい。流通業に同じマージンを保証するように事後調整(建値をB'まで値引)する余裕は十分にある。特に費用逓減的であればなおさらそのような「抜け駆け」的な行動に走る誘因は強くなる。

しかし往々にして増産は他企業の増産を誘発し、シェア競争の結果市況が大幅に低落することになりがちである。その結果が3図に示されている。市況はA'まで下がり、利潤が圧縮さ

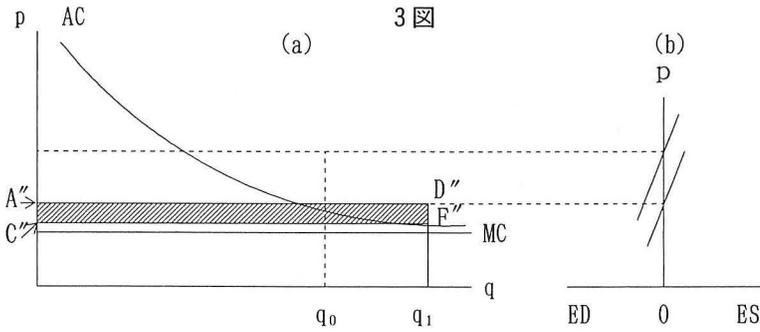
1 図



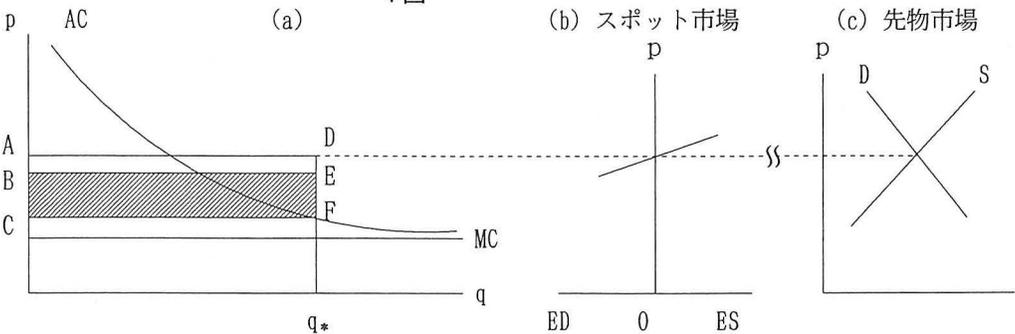
2 図



3 図



4 図



れてしまい、流通マージンを十分に保証するほどに卸値を割り引く余裕はもはやなくなっている。

建値—事後調整のシステムと業転市場との組み合わせの一つの大きな問題点は、この不安定性にある。個別メーカーにとって生産量の決定は極めて恣意的である。それはすべて、コストを積み上げて利潤を保証するようなレベルに価格を設定するという建値姿勢から派生している。各メーカーも同じことを考えているから、隙あらばシェアを伸ばそうと機を伺っている。そして一旦超過供給が発生すると業転市場の懐は狭い（弾力性が小さい）ため価格は急落する可能性が高い。

この不安定な状況は、ゲーム論でいう囚人のジレンマのケースに相当する。自分（A）と他企業（B）とが協調的に生産量を維持していれば

		B	
		維持	増産
A	維持	6, 6	3, 8
	増産	8, 3	4, 4

お互いにそこその利潤（6，6）を手に入れることができる。

しかし、うまく抜け駆け的に増産に成功すれば、相手企業の犠牲の上に利潤を大きくすることができる（8，3）。現実としては、双方が増産に走りがちであり市況の悪化か利潤が小さくなってしまう（4，4）。市況が悪化し痛めにあって初めて多くの企業は減産努力に歩調を合わせ始める。だが、相場が戻ったらまた増産の誘惑が待ち構えているという次第である。

本格的な輸入自由化が行なわれるようになれば、まず業転市場の厚みが増すはずである。（それをここではスポット市場と呼ぼう）。スポット市場の超過需給の弾力性は国内だけで閉鎖されていた業転市場の場合と比べより大きくなる。更に先物市場ができればスポット市場との間の裁定取引が行なわれるため、スポット市場の弾力性はより大きくなると思われる。それが4図に描かれている。図の形は1図と同じように見えるが、読み方は逆である。1図の場合には、既存の企業の存続が大前提としてあり、その採算をとることを保証するように建値が建てられる。そして流通業の存立を保証するように市況の変化に応じた事後調整が行なわれる。建値がすべての出発点にある。4図の場合、先物市場の影響を受け、国際的需給と長期的需給を反映したスポット価格がまず指標として与えられる。市場から与えられたその指標価格に合わせて生産量が決まってくる。つまり、その価格のもとで正常な収益を確保できるメーカーのみが生産活動を許容され、そのようなメーカーとの交渉によって決まってくる卸価格で流通マー

ジンを回収できる流通業のみが存続を許される。

コストを回収することを保証する価格設定がまかり通るのが価格メカニズムなのではない。それは既存の企業の存立を前提にした考え方である。価格は需給から決まるとというのが価格メカニズムである。需要に適合しえない企業は淘汰されるというのが本来の価格メカニズムのストーリーである。

(注1)「高炉はこの10年間は自動車向けの表面処理鋼板など高付加価値品に生産をシフトしてきた。H型鋼など形鋼の市場は電炉に明け渡してきたと言ってよい。だが、今回の不況では自動車向け鋼板などの需要減少が大きかったため、高炉も形鋼分野を再び強化せざるを得なくなった。自動車や家電製品向けの鋼材需要は今後も伸びが期待できない。円高を背景にメーカーはアジアや米国など海外に工場を移転しており、国内での調達はむしろ減る。一方建設分野は今後も安定した国内需要が見込めるため重視していく。」(新日鉄幹部) 日本経済新聞94年5月31日。

(注2)「ガラス業界ではこれまで、人と人とのつながりが重視され、必ずしも経済合理性が追求されてこなかった。価格の事後調整もこのような土壌から生まれたものだ。……今後は価格を完全に先決めすることで、取引形態を“人情ベース”から“契約ベース”に移行すべきだと判断した。」(旭硝子常務) 日本経済新聞93年11月11日。

(注3)「『戻し』が横行する背景には製紙業界の馴れ合い体質がある。……

価格形成は流通の重要な機能のひとつだが、現在の紙流通は価格形成の機能を放棄している状態。リスクを負わずに紙を流す運送屋にすぎない。」日経産業新聞89年10月17日。

(注4) 日経産業新聞91年5月24日。

(注5) 日本経済新聞96年11月30日。

(注6) 日本経済新聞93年7月29日。

(注7) 日本経済新聞87年5月30日。

(注8) 特約店に必要なマージン1リットルあたり20円前後といわれる。日経産業新聞91年7月4日、10月1日。

(注9) 日本経済新聞95年4月6日。

(注10) 日経産業新聞87年12月28日、日本経済新聞93年1月6日。

(注11) 日本経済新聞93年10月7日。

(注12) 鶴田俊正「戦後日本の産業政策」 第6章 日本経済新聞社1982年。

(注13) 日経産業新聞95年6月23日。

〈編集後記〉

本号は、池本正純研究員の論稿です。バブル崩壊以降の価格決定プロセスに関する貴重な問題提議をし、市場開放の外圧によらずとも、内部的な合理化要求によって状況が変わっていくことが論議されています。

価格破壊が進んでいるとはいわれても、まだまだ高いものばかりの日本ですが、いったいいつになれば世界並みになるのでしょうか。 (T. K.)

神奈川県川崎市多摩区東三田2丁目1番1号 電話 (044)911-1089

専修大学社会科学研究所

(発行者) 水川 侑

製作 佐藤印刷株式会社

東京都渋谷区神宮前2-10-2 電話 (03)3404-2561
