

アメリカ食品製造業の発展概要： 独占規制と環境規制の展開を中心として

山 口 一 臣

1. 序
2. アメリカ食品製造業の概要
 - (1) 食品製造業の成長と新興業種の出現
 - (2) 巨大食品企業の重要性と主導的地位の変化
3. アメリカ食品製造業の研究史と問題の所在
 - (1) アメリカ食品製造業の研究史
 - (2) 問題の所在
4. 本書の構成と結論
 - (1) 本書の構成
 - (2) 結論

1. 序

本年中に刊行予定の著書『アメリカ食品製造業発展史：独占規制と環境規制の展開』（千倉書房、以下、本書と表示する）は、筆者のアメリカ経営史に関する二冊目の書物である。前著『アメリカ電気通信産業発展史：ベル・システムの形成と解体過程』（同文館、1994年）は、米国テレコム産業における中心的企業グループであったベル・システム（AT&T社、24のベル系電話運営会社、ウェスタン・エレクトリック社、ベル研究所によって構成される電話企業集団）の1984年企業分割問題を中心に、FCC（連邦通信委員会）および司法省などの政府と企業間関係の歴史的変遷過程を解明した。本書は、アメリカ食品製造業に対する政府規制が、かつての反トラスト訴訟に

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

よる独占規制から、近年では次第に、食品の安全性や品質、消費者に対する事業情報公開と FTC（連邦取引委員会）による広告規制、環境規制をめぐる環境保護団体との攻防へと重点が移行しつつあることを、9つの個別事例の分析によって明らかにする。この2つの書物は、研究対象の産業は異なるが、政府と企業の関係史を究明しようとする筆者の基本的な問題意識は一貫しているといえよう。

本稿は、本書の「序章 研究対象と課題：アメリカ食品製造業に対する政府規制の展開」、および「終章 総括と展望：結論と今後に残された研究課題」として執筆したものである。なお、「結論」については現時点のものであり、後日、大幅に修正することを予定している。また「将来展望」についても、本書はアメリカ食品製造業のうち少数のケースについて「独占規制と環境規制の展開」という極めて限られた特殊な側面しか扱っていないため、この分野に関する農業経済学者による最近の研究成果を踏まえ、今後の研究課題について後日明らかにしていきたいと考えている。

2. アメリカ食品製造業の概要

(1) 食品製造業の成長と新興業種の出現

アメリカ食品製造業は、米国政府機関である国勢調査局の標準産業分類で常に最初に掲載されるほどの重要産業となっているが、南北戦争以前は取上げるに足らないものとして無視できた。しかし、1859年に商業的食品産業の総生産額は約17億ドルに過ぎなかったものが、1977年にこれらの産業の実質生産額は20倍に増大した。食品製造業は、加工という機能が農場や各家庭や小売店舗や卸売業者の手から工場に移ったため飛躍的に発展した。19世紀初頭には、食肉やバター・チーズは主として農業者が自家用または近隣の町での販売用に自分の手で加工したものであり、また主婦たちは家族のためにパンを焼いたり醸造を行っていた。商人たちは砂糖・茶・コーヒー・香辛料などの輸入から調整、包装までを自分自身で

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

行なっていた。こうした状況が、19世紀後期から20世紀の間にどのように変化していったのか、本書の分析対象である米国食品製造業の成長の軌跡について、先ず概観しておくことにしよう。

① 19世紀後期

1859年には製粉業が、アメリカ食品製造業の総出荷額4億1,300万ドルの3/5以上を占めていた。残余については、アルコール飲料と砂糖精製業がそれぞれ総出荷額の1/10ずつを占めていた。それ以外で1,000万ドル以上の売上があった業種は、製パン卸売業（クラッカーを含む）と油脂製造業だけで、いくつかの産業はまだ揺籃期にあった。しかし、19世紀後期は食品産業が目覚ましい成長を遂げた時期で、その生産額は1859年から1899年までの間に15倍も増え、19世紀末には約259億ドルに達した。食品製造業は、同じ時期に6倍しか成長しなかった製造業部門全体の中にあつて、主導的な産業であつたと見なすことができる。

都市の成長、冷蔵設備の出現、鉄道輸送コストの低下などに触発されて、食肉産業は屠殺場の付属業務あるいは家内工業としての性格を脱却し、高度の一貫性を持った資本集約的な全国的産業へと急速に発展し、1899年には既に食品製造業部門の売上高の約30%を占めるに至つた。同様に乳製品加工産業も1840年代に農場の手を離れて工場生産に移り、チーズの農場生産は1850年頃、バターのそれは1910年頃にそれぞれピークに達していた。穀類製粉業は1859—99年期間には比較的緩慢な発展を見せたに過ぎず、当時の食品製造業における売上高シェアの20%を占め、1位に大きく離れた2位であつた。アルコール飲料は食品製造業中のシェア13%であつたが、ビール醸造業は10倍もの成長を遂げ、蒸留業の2倍の規模になつていた。1880年代後期まではシガレットは全て手巻きであつたが、高速シガレット製造機の発明によって大規模工場生産が1890年以降支配的になつた。

19世紀後期にはいくつかの新しい食品業種が出現し、その殆ど全てが

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

極めて急速な発展を見せた。G. ボーデンは、大西洋航路の船が船客のミルク需要に応ずるため船倉に乳牛を飼っている事実を知り、1851年に缶入りのコンデンス・ミルクの特許を取り、1850年代後期に発売した。今日最もよく知られている缶詰食品会社中の2社は、共に1869年に創業している。当初は保存食や調味料の缶詰業から出発したキャンベル・スープ社は、同社に勤務する化学者が1897年にコンデンス・スープの比較的簡単な製法を開発し、間もなくこれがキャンベルの目玉商品となった。H. J. ハイイツ社は、その57以上の種類の缶詰特産品に対する声価を勝ち取るため、大々的な広告のほか、2,000人以上のセールスマンを活用して自社専用の倉庫網からの配送を行い、新製品については小売店に対し特別の割引を行なった。ニューヨーク出身のトマス・アダムズは、1860年代末にチクル（チュウインガムの原料）の販売を始め、1871年にガム製造機械の特許を取り、1899年に殆ど全てのチュウインガムの大手メーカーと合併してアメリカン・チクル社を創設した。ケログ社の朝食用シリアルは、1880年代に健康食品として初めて市販され、当初はドラッグストアなどで売られていた。

食品産業内の諸業種の間で上記のような顕著な変遷があったにもかかわらず、全体としての製造業部門における食品製造業の比重は大体において変わらなかった。1859年に同産業は全製造業部門産出高の22%を占め、その後1899年まで10年毎の国勢調査において対応比率は22%と変わらず、唯一の例外は1879年に27%に達したことであった。

② 20世紀初期

20世紀の最初の30年間に、食品製造業の実質生産高は約150%増加した。しかし、260%の増加を示した全製造業に比べれば、かなり緩慢な増加テンポであった。食品需要の鈍化と農産物価格の低迷の結果、食品売上高は1929年には製造業全体のその20%に低下した。さらに、食品産業の構成にも継続的変化が生じた。1899—1929年に食肉の生産価格は5倍

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

の増加を見せたにもかかわらず、全食品に対する食肉の比重は30%から25%へと低下した。バター・チーズ、その他乳製品の工場生産は7倍の増加を示し、缶詰ミルクの需要は極めて急速に増大し、アイスクリームの生産はアイスクリーム店から工場に移行した。アイス・ボックスが普及し、1920年代になると電気冷蔵庫が普及し始めると共に、乳製品の家庭配達から食品雑貨店での販売への移行が促進された。果物・野菜・魚の缶詰が、食品製造業全体の増加率を上回った。消費者がパン製品を小売製パン業者より食品雑貨店で買うようになったため、卸売製パン業が急速な成長を見せた。1920年代はまた「チェーン・ストアの時代」とも呼ばれ、A&P、セーフウェイ、クローガーなどの食品スーパーが飛躍的に伸びた。全体として砂糖精製業は平均以下の成長率であったが、他方、製菓業、特にチョコレート製造は活発な成長を見せた。1919—1933年にアルコール飲料の商業生産が憲法で禁止されたため事実上姿を消したが、1929年に少量の教会用ワインとニアビールが造られた。1899年まではコカ・コーラはドラッグストアのカウンターで売られていたが、その年に同社はこの飲料を瓶詰めにする独占の一手販売権の売却を開始し、ソフト・ドリンク業界はこのフランチャイズ・システムによって「禁酒法時代」に大きく発展した。

1890—1930年の食品製造業における巨大企業出現の典型的パターンは、合併による会社規模の拡大であった。製粉業においては、1899年にピルスベリー社がウォシバーン社と合併してアメリカ最大の製粉会社となり、ゼネラル・ミルズ社は、1920年代にクロスビー・ウォシバーン社と他の4製粉会社との一連の合併の結果生まれたものである。1888年に7大オートミール会社が合併してアメリカン・シリアル社となり、同社は後にその主要ブランド名をとってクエーカー・オーツ社と改称された。製パン業では、1921年に9社が合併されてユナイテッド・ベーカリーズ社が設立され、またウィリアム・ウォードが同社に100以上の自営卸売製パン会社を

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

合併させてコンチネンタル・ベーキング社を創設した。アメリカ最大の製パン会社であるコンチネンタル・ベーキング社は、1968年以降ITT社の系列会社になっている。乳製品業のナショナル・デアリー・プロダクト社は1923年に持株会社として設立され、その後10年間に液状ミルク、アイスクリーム、チーズなどの業種300以上の会社を買収し、1930年には当時の一流チーズ会社ダート・フェニクス・クラフト社を買収、後に社名をクラフト社と改称し、さらに1978年、ダート・インダストリーズと合併してダート・アンド・クラフト社となった。果実缶詰会社デルモンテは、1920年代に中西部のいくつかの缶詰会社を合併したが、この合併の1つの重要な理由は、同社がアメリカン・キャン社から低い缶詰価格を引き出せるという点にあった。

食品製造業は比較的景気循環の影響を受ける度合いが少なく、また禁酒法が1933年に解除されたため、全製造部門の出荷額に占める食品製造業の比率は1939年には23%に上昇した。1930年代のデフレーションと不況にもかかわらず、缶詰製品、製パン業、ソフト・ドリンク、アルコール飲料など、いくつかの食品業種と製品は1929年から1939年にかけて生産額の増加を見せ、1930年代の食品製造業における実質生産の年平均増加率は4%であった。

③ 第2次大戦以後

第2次大戦とその直後の時期は、アメリカの製造業にとっていまだかつてない拡大の時期であった。1939—47年期的実質生産における年間増加率は平均12%近くに達した。これと比べると、食品製造業の平均実質成長率は7.7%と立ち遅れていたが、それでもこれは19世紀後期以来の最善の実績であった。第2次大戦中、軍需産業に対する優先政策の一環として大部分の食品が配給制になったほか、農産物価格の上昇も1939—47年間に平均22%以上の高率であった。その結果、製造業全体の平均価格上昇率は8%であったが、加工食品および飲料の価格は毎年平均18%づつ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

上昇した。食品製造業のこの時期の成長率が製造業全体のそれを下回ったもう1つの原因は、同産業の生産能力が他の産業に比して小さかったことである。しかし1950年代を通じ、食品技術は急速冷凍食品を可能とし、この技術はあらゆる調理済み冷凍ディナーに行き渡った。働く女性の急増、家事労働の短縮と伴に、食品および飲料会社はこうした食品技術やパッケージの革新によって市場を拡大していった。またアメリカにおける外食産業の急成長はマクドナルド社に代表され、同社は1966年の資産規模トップ200社リストには入らなかったが、急速にその力をつけていた。

食品製造業の初期の歴史は、経済の成長・発展の時期に生起する諸機能の分化の進行を実証している。農業者・商人・輸入業者・消費者家庭などが個々に行なっていた加工は、次第に製造業者の手に移っていった。この変化を促進した要因は、幾つかある。都市化と輸送条件の改善は、極めて腐敗しやすい食品や飲料に対する有効需要を増大させた。企業的な加工は食品のパライティーを増し、食品消費の季節的・地理的制約を緩和し、食品の品質を予知しやすくした。食品の工場生産は、不断に規模を拡大する大量生産技術の採用を通じて食品コストの低下を齎した。工場生産はまた食品産業内部の専門化を促進し、南北戦争前の粉挽場に代わって、製粉所、小麦粉精製工場、卸売製パン業者、食パン小売店という一連の分化を生じさせた。食品製造諸機能の分解による専門化の課程は今日も続いており、その全ての局面における支配力は、次第に大規模食品会社の手に握られていった。

(2) 巨大食品企業の重要性と主導的地位の変化

巨大食品企業の重要性と米国製造業全体における位置付けについて知見を得るために、我々は先ず食品製造業における巨大食品企業のシェアの変化を明らかにしておきたい。昔から食品関連製品の分野には、比較的大規模な製造業者が存在した。実際、20世紀初頭には若干の食品製造業者は

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

図表 1 最大規模の食品製造会社についての産業集中度（1947—1981年）

部 門	会社数	年							
		1950	1954	1958	1963	1967	1972	1977	1981
1 食品製造業	100	46.3	資産における比率			67.4	68.5	74.4	75.1
2 食品製造業	200	60.3	付加価値における比率			73.4	76.7	81.1	81.5
3 食品製造業(アルコール飲料を除く)	200	—	41.9	43.1	45.8	49.0	54.2	53.0	—
4 食品製造業(アルコール飲料を除く)	100	—	48.7	50.1	53.5	58.2	62.9	64.4	—
5 食品・煙草製造業	100	—	—	—	—	50.8	53.2	54.9	—
6 食品・煙草製造業	200	—	—	—	—	59.8	63.0	65.3	—

(出所) 小倉武一監修『アメリカの食品製造業——構造・戦略・業績・政策——』農山漁村文化協会, 1986年, P.126. Bureau of the Census, *Census of Manufactures: Concentration Ratios in Manufacturing*, Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, 1977

大トラストの中に数えられていたが、その頃比べると今日では最大規模の製造会社の中には食品製造企業の数は少ない。1909年にはアメリカ10大製造会社のうち、American Tobacco（第3位）、Armour（第8位）、American Sugar Refining（第9位）と3社が食品加工業者であった。これに対して、1983年には10大製造会社の中に食品製造企業は1社も存在しない。最大規模の食品製造業者における相対的重要性のこのような低下は、巨大食品企業が衰退したことを意味するものではなく、むしろそれは他の産業——特に石油、自動車、化学——およびこれらの部門での大会社が巨大食品企業より急速に成長したことを反映している。

会社数だけで見ると、食品製造業は極めて分散化しているように思われる。1977年に食品製造企業は約2万社を数え、それは1947年以来半分以上になったことを意味する。この減少は、同期間における製造業全体の会社数の増加と対照的である。その間において小規模食品製造業者の消滅率が高かっただけでなく、食品製造業における最大規模会社のシェアが1950年以降着実に上昇した。主たる業務が食品製造である会社についてみると、

図表2 資産で見たアメリカ最大産業企業20

(1948年)

順位	企 業	企 業	資 産 (100万ドル)
	食品・同関連製品とタバコ製品	食品・同関連製品とタバコ製品	
4	Armour & Co.	an Tobacco Co.	686.6
5	Swift & Co.	eynolds Tobacco Co.	530.6
18	American Tobacco Co.	z Co.	522.5
28	American Sugar Refining Co.	r & Co. (Illinois)	477.7
40	Corn Products Refining Co.	& Myers Tobacco Co.	425.0
41	Liggett & Myers Tobacco Co.	y Industries, Inc.	341.9
44	Wilson & Co.	l Dairy Products Corp.	317.6
49	Morris & Co.	E. Seagram & Sons, Inc.	301.0
63	National Biscuit Co.	on, Clayton	284.3
66	Cudahy Packing Co.	Co.	242.2
68	P. Lorillard Co.	Foods Corp.	222.4
76	Distillers Securities Corp.	l Distillers Products	214.5
78	Great Western Sugar Co.	Sola Co.	204.9
82	Cuban American Sugar Co.	l Biscuit Co.	161.8
86	Borden's Condensed Milk Co.	& Co., Inc.	154.0
93	American Cigar Co.	roducts Refining Co.	139.0
104	American Cotton Oil Co.	an Sugar Refining Co.	133.5
108	E. Anheuser Brewing Association	Mills	124.8
111	Quaker Oats Co.	d Brands Inc.	122.5
123	R. J. Reynolds Tobacco Co.	leinz Co.	114.9
127	General Cigar Co.	Morris & Co., Ltd., Inc.	113.7
129	American Ice Co.	ia Packing Co.	102.7
136	Fleischmann Co.	y Packing Co.	98.9
139	California Packing Corp.	llard Co.	96.4
153	American Beet Sugar Co.	Oats Co.	87.7
159	Royal Baking Powder Co.	Daniels-Midland Co.	87.5
161	Standard Milling Co.	er-Busch	87.2
170	Booth Fisheries	Oil & Snowdrift Co., Inc.	86.2
174	Coca-Cola Co.	on Co.	82.7
177	Utah-Idaho Sugar Co.	McNeill & Libby	82.0
183	Libby, McNeill & Libby	rigley, Jr., Co.	69.1
186	Southern Cotton Oil Co.	Western Sugar Co.	67.2
188	H. J. Heinz Co.		
190	Jos. Schlitz Co.		
197	Ward Baking Co. of New York		

(出所) A. D. チャンドラー Jr. 著. 安部悦生・川辺

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

巨大食品企業 100 社の資産におけるシェアは 1950 年の 46.3% から 1981 年に 75.1% へ増大し、また上位 200 社のシェアは 60.3% から 81.5% となり、アメリカ食品製造業の産業集中度が高まったことが明らかである(図表 1 を参照)。

アルフレッド・D. チャンドラー Jr. は著書 *Scale and Scope* (1990 年) の付表において、アメリカ、イギリス、ドイツにおける産業企業最大 200 社の資産規模順位を示している。各国について、それぞれ異なる 3 つの年が第 1 次大戦頃、1920 年代の繁栄終了の時期、そして第 2 次大戦後間もない時期から選ばれている。アメリカ産業企業の順位付けのために使った主な資料は、『ムーディズ・マニュアル』に示されている 1917 年、1930 年、1948 年の貸借対照表である。図表 2 は、チャンドラーの付表から引用して、アメリカの食品・同関連製品とタバコ製品の各年における資産金額と順位を示し、図表 3 は、食品・タバコ産業における主導企業の順位変動を示している(図表 2、図表 3 における太字は、本書のケースで取上げる企業である)。もし、当該企業が 3 つの年のうち 1 つの年または 2 つの年について最大企業 200 社リストに掲載されていない場合、可能な限り当該年度の欄に〔 〕で資産額とともに示してある。もし、ある企業が他の会社と合併したり他の会社によって買収されたならば、買収企業・合併企業の名前と買収あるいは合併の年が() 内に示されている。以上によって、巨大食品企業の米国製造業全体における位置付けと、その主導的地位の変化が明らかである。食肉・乳製品・缶詰・製粉・パン・菓子・砂糖精製・油脂・アルコール飲料など多くの食品企業が資産順位を下げている中で、清涼飲料のコカ・コーラ、調味料のロイヤル・ベーキング・パウダ、タバコ製品の R. J. レイノルズ・タバコなどが逆に順位を上げているのが印象的である。

G. ハリー・スタインは著書 *The Corporate Survivors* (1986 年) において、「企業存続の条件」を 1917 年からその後 68 年間にわたるアメリカ企

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

図表 3 食品・タバコ産業におけるアメリカ最大産業企業 200 社リスト

1917 年 (資産額 2,440 万ドル以上)	1930 年 (資産額 3,610 万ドル以上)	1948 年 (資産額 6,610 万ドル以上)
食肉製品 Armour 4 Swift 5 Wilson 44 Morris 49 Cudahy Packing 66 Libby, McNeill & Libby 183	Armour 16 Swift 24 Wilson 87 (Armour 1923) ^a Cudahy Packing 111 Libby, McNeill & Libby 127	Armour 29 Swift 26 Wilson 90 Cudahy Packing 139 Libby, McNeill & Libby 162
乳製品 Borden 86 [Carnation \$17.2] ^b	Borden 46 National Dairy Products 36 [Carnation \$26.7]	Borden 62 National Dairy Products 41 Carnation 159
果実・野菜缶詰 California Packing 139 H. J. Heinz 188	California packing 107 [H. J. Heinz Pvt.]	California Packing 134 H. J. Heinz 122
精穀・製粉製品 Corn Products Refining 40 Quaker Oats 111 Standard Milling 161 [Washburn Crosby \$20.0]	Corn Products Refining 65 Quaker Oats 128 (Gold Dust 1928) General Foods 114 General Mills 140	Corn Products Refining 100 Quaker Oats 150 General Foods 67 General Mills 113
パン製品 National Biscuit 63 Ward Baking 197 [General Baking \$16.0]	National Biscuit 63 Ward Baking 180 Continental Baking 126 General Baking 167 Purity Bakeries 181	National Biscuit 85 [Ward Baking \$25.9] [Continental Baking \$59.2] [General Baking \$37.0] [Purity Bakeries \$29.4]
蔗糖 American Sugar Refining 28 Cuban-American Sugar 82 [Cuban Cane Sugar \$8.3 agri. only] [South Porto Rico Sugar \$15.5]	American Sugar Refining 59 Cuban-American Sugar 121 Cuban Dominican Sugar 100 Cuban Cane Products 141 South Porto Rico Sugar 174	American Sugar Refining 104 [Cuban-American Sugar \$47.1] [West Indies Sugar \$61.6] [Cuban Cane Products \$54.1] [South Porto Rico Sugar \$43.3]
甜菜糖 Great Western Sugar 78 American Beet Sugar 153 Utah-Idaho Sugar 177	Great Western Sugar 90 American Beet Sugar 179 [Utah-Idaho Sugar \$29.9]	Great Western Sugar 198 [American Beet Sugar \$37.5] [Utah-Idaho Sugar \$32.2]

(出所) A. D. チャンドラー Jr. 著、安部悦生・川辺信雄 他訳、前掲書、pp. 571-573.

a: ある企業が合併されたり他者に完全に買収されたりしたときは、買収・合併企業名とその年を () 内に示した。

b: [] は、ある企業の資産額が該当年の産業企業最大 200 社に入るには足りないこと (総

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

の順位変動（1917年，1930年，1948年） 企業名の後の数字は順位を表わす

1917年 (資産額 2,440 万ドル以上)	1930年 (資産額 3,610 万ドル以上)	1948年 (資産額 6,610 万ドル以上)
菓子・ココア製品 [Wm. Wrigley Jr. \$23.0]	Wm. Wrigley Jr. 129	Wm. Wrigley Jr. 189
油脂 American Cotton Oil 104 Southern Cotton Oil 186	Gold Dust 186 Wesson Oil and Snowdrift 172 [Anderson, Clayton pvt.] [Archer-Daniels-Midland \$23.6]	[Best Foods \$44.1] Wesson Oil and Snowdrift 154 Anderson, Clayton 50 Archer-Daniels-Midland 151
ビール E. Anheuser Brewing Assn. 108 J. Schlitz Beverage 190	[Anheuser-Busch pvt.] [J. Schlitz Brewing pvt.]	Anheuser-Busch 153 [J. Schlitz Brewing pvt.]
蒸留酒 Distillers Securities 76	[National Distillers Products \$26.8] [Schenley Products pvt.]	National Distillers Products 69 Schenley Industries 37 Joseph E. Seagram & Sons 45
清涼飲料 Coca-Cola 174	Coca-Cola 131	Coca-Cola 73
水産缶詰 Booth Fisheries 170	[Booth Fisheries \$20.6]	[Booth Fisheries \$7.7]
製氷 American Ice 131 [City Ice & Fuel pvt.]	American Ice 163 City Ice & Fuel 116	[American ice \$12.4] [City Products \$57.5]
調味料 Fleischmann 136 Royal Baking Powder 159	(Standard Brands 1929) Standard Brands 110	Standard Brands 116
タバコ製品 American Tobacco Co. 18 Liggett & Myers Tobacco Co. 41 P. Lorillard Co. 68 R. J. Reynolds Tobacco Co. 123	American Tobacco Co. 28 Liggett & Myers Tobacco Co. 50 P. Lorillard Co. 73 R. J. Reynolds Tobacco Co. 53	American Tobacco co. 18 Liggett & Myers Tobacco Co. 30 P. Lorillard Co, 141 R. J. Reynolds Tobacco Co. 25 Philip Morris & Co. 124

資産額を記した [単位 100 万ドル]，あるいは個人的に所有されていて資産額が不明なこと (pvt.と記した) を示している。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

図表 4 資産でみたアメリカ

(1966年)			(1977年)		
順位	企業 食品・タバコ製品	資産 (100万ドル)	順位	企業 食品・タバコ製品	資産 (100万ドル)
47	Reynolds (R. J.) Tobacco	1,205.3	35	R. J. Reynolds Industries	4,333.9
57	American Tobacco	1,032.7	39	Philip Morris	4,048.0
71	Borden	909.9	59	American Brands	2,821.4
72	National Dairy Products	884.5	73	General Foods	2,345.0
76	General Foods	856.7	77	Coca-Cola	2,223.9
81	National Distillers & Chemical	743.1	83	Beatrice Foods	2,128.8
86	Swift	718.2	86	Kraft	2,085.3
87	Corn Products	703.1	91	Pepsico	2,047.2
89	Armour	686.1	97	Borden	1,901.6
95	Coca-Cola	664.7	106	Esmark	1,799.8
98	Seagram (Jos. E.) & Sons	639.3	109	Ralston Purina	1,766.1
108	American Home Products	557.6	119	American Home Products	1,611.3
120	Philip Morris	512.5	123	CPC International	1,589.1
124	Campbell Soup	497.4	138	General Mills	1,447.2
127	Ralston Purina	481.7	144	Anheuser-Busch	1,403.8
129	Ligget & Myers Tobacco	474.0	156	H. J. Heintz	1,274.9
130	Hunt Foods & Industries	460.8	159	Carnation	1,214.6
133	Heintz (H. J.)	456.1	161	Consolidated Foods	1,187.9
157	Anheuser-Busch	384.5	168	Standard Brands	1,144.0
165	National Biscuit	374.4	174	Pillsbury	1,105.4
169	Pepsico	365.8	182	Nabisco	1,063.3
172	Lorillard (P.)	342.7	193	Campbell Soup	1,003.8
177	Standard Brands	327.5	201	Quaker Oats	924.2
188	General Mills	311.3	217	Kellogg	839.0
222	American Sugar	269.3	228	Del Monte	801.7
239	Quaker Oats	246.8	350	Pabst Brewing	396.2
244	Beatrice Foods	240.2			
251	Kellogg	234.8			
294	Wilson	196.2			
308	Continental Baking	178.1			
327	Pubst Brewing	160.3			
499	Cudahy	40.3			

(出所) Fortune, "The 500 Largest U. S. Industrial Corporations" 1967. 1978. 1986. 1996. より作成。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

最大産業企業 500 社

		(1985 年)			(1995 年)
順位	企業 食品・タバコ製品	資産 (100 万ドル)	順位	企業 食品・タバコ製品	資産 (100 万ドル)
17	Philip Morris	17,429.0	49	Philip Morris	53,811.0
18	R. J. Reynolds Industries	16,930.0	81	RJR Nabisco Holdings	31,518.0
40	Coca-Cola	6,897.7	94	Pepsico	25,432.0
51	Pepsico	5,861.1	118	American Home Products	21,362.0
54	Dart & Kraft	5,501.8	145	Mcdonald's	15,414.6
57	Anheuser-Busch	5,121.4	148	Coca-Cola	15,041.0
59	Joseph E. Seagram & Son	5,035.6	195	Anheuser-Busch	10,590.9
61	American Brands	4,926.0	221	H. J. Heintz	8,247.2
69	General Foods	4,553.7	225	American Brands	8,021.2
92	American Home Products	3,395.2	234	CPC International	7,501.6
105	CPC International	3,016.6	249	Campbell Soup	6,315.0
108	Borden	2,932.2	291	Quaker Oats	4,826.9
115	Pillsbury	2,778.5	306	Kellogg	4,414.6
120	General Mills	2,662.6	342	General Mills	3,358.2
125	Ralston Purina	2,637.3			
129	H. J. Heintz	2,473.7			
132	Campbell Soup	2,437.5			
161	National Distillers & Chemical	2,019.9			
170	Quaker Oats	1,841.9			
183	Kellogg	1,726.1			
238	Hershey Foods	1,917.4			

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

図表 5 本書で取り上げる食品・タバコ産業における主導的企業

本書章別	企 業	1917 年	1930 年
1	American Sugar Refining	28	59
2	Swift	5	24
	Armour	4	16
	Morris	49	(Armour 1923 年)
	Wilson	44	87
	Cudahy	66	111
		売上高 (100 万ドル)	
3	A & P	194.6 (1919 年)	1,065.8
4	Coca-Cola	174	131
5	Continental Baking		126
6	Pabst Brewing		
7	R. J. Reynolds	123	53
	Philip Morris		
	American Tobacco	18	28
	Liggett & Meyers	41	50
	P. Lorillard	68	73
	Kellogg		
8	Mcdonald's		
9	H. J. Heintz	188	[pvt.]

(出所) A. D. チャンドラー Jr, 著. 安部悦生・川辺信雄他訳, 前掲書. pp. 571-574. および

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

のアメリカ最大産業企業 200 社リストでの順位変動 (1917—1995 年)

1948 年	1966 年	1977 年	1985 年	1995 年
104	[222]	(Amster 1970 年)		
26	86	106		
		(Esmark 1973 年)		
29	89	(Greyhound 1970 年)		
90	[294]			
139	[499]	(General Host 1972 年)		
2,837.3	5,079.5	6,648.0 (Tengleman 1979 年)		
	(1965 年)	(1973 年)		
73	95	77	40	148
(100 万ドル)	[308]	(ITT 1968 年)		
59.2	[327]	[350]		
25	47	35	18	81
	(R. J. Reynolds Industries 1970 年)	(RJR Nabisco 1985 年)		
124	120	39	17	49
18	57	59	61	[225]
		(American Brands 1967 年)		
30	129	(Liggett Group 1974 年)		
141	172			
	[251]	[217]	183	[306]
				145
122	133	156	132	[221]

Fortune op. cit., より作成。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

業の盛衰・浮沈の歴史を素材に、厳格なデータ・ベースを使用して検討した。スタインが用いたデータは、『フォーブス』および『フォーチュン』誌に発表されたアメリカ大企業トップ100社（資産、収益、純利益）リストで、1917年（アメリカがドイツに宣戦を布告した年）、1929年（大恐慌の年）、1945年（第2次大戦終了の年）、1966年（アメリカン・ドリームの頂点）、1977年（不安と自信喪失の時代）、そして1985年（強いアメリカの再生時代）の6つの時期に区切り、それぞれの時期における100位リストの企業を中心としてその位置の変動を分析した。図表4は、『フォーチュン』誌に掲載された産業企業最大500社リストに基づき、スタインが選定した1966年、1977年、1985年に1995年を加えた4つの時期における、食品企業の資産金額および産業企業最大500社の資産順位を示している（図表4における太字は、本書のケースで取上げる企業である）。産業企業最大500社における食品企業の数が、1966年の32社から1995年の14社に半減している点が注目される。また図表5は、図表3と図表4により、本書でケースとして取上げる9業種の主導食品企業について、1917年から1995年までの資産順位変動を一覧にして示したものである。もし、当該企業が最大企業200社リストに掲載されていない場合、可能な限り当該年度の欄に〔 〕で資産額ないし産業企業最大500社順位を示しておいた。合併・買収の場合は、買収企業・合併企業の名前と買収・合併年が（ ）内に示され、社名変更の場合も同様に（ ）内に新社名と変更年が示されている。なお、食品スーパーのA&P社については、製造企業でないため資産金額に代えて各年の売上高金額を参考までに示しておいた。

図表5によって、本書の研究対象とする主要食品企業の順位変動および米国産業企業全体における位置付けの変化が明らかである。砂糖精製のアメリカン・シュガー・リファイニング社は、1963年にスプレックルズ・シュガーと合併してアメリカン・シュガーとなり、1970年にアムスターと改称したが、1977年以降500社リストから姿を消した。食肉のアーマ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ーは、1970年にグレイハンドに買収され、1984年にコナグラに売却され、またスウィフトは1973年に社名をエスマークと改称した。アメリカン・タバコ社は1967年にアメリカン・ブランズと改称し、R. J. レイノルズも1970年にR. J. レイノルズ・インダストリーズと改称、さらに1985年、ナビスコと合併してRJR ナビスコと改称した。ハリー・スタインは、100位企業の68年間にわたる順位変動の分析を通じて、「どの企業が依然としてリスト内に止まることができたか」、「脱落したか」、また「どのような企業が新たに登場したか」により、3つのグループに分けた。本書で取上げるケースについて云えば、1917—1995年の全ての時期に資産規模上位200社リストに登場した「生き残り企業」はR. J. レイノルズとコカ・コーラの2社だけであり、「新参企業グループ」はマクドナルド1社、他は全て「脱落企業グループ」であった。その意味で、本書の分析対象となるアメリカ食品製造業は、低成長の「典型的な成熟産業」の1つであると規定することができるであろう。

3. アメリカ食品製造業の研究史と問題の所在

(1) アメリカ食品製造業の研究史

アメリカの食品製造業は、その巨大性と多様性において際立っており、米国製造業の中でも抜きん出ている。巨大性に花を添えるのが魅力的な多様性のある競争であって、それは独占的企業の高峰の連山から原子的小企業の競争が支配する諸平原に至っている。したがって、競争条件の範囲は興味ある経済の実験室になっていた。アメリカ食品製造業は、少数の例外を除いて、技術的に成熟していると見られているか、または年老いて衰退期にあると見られているため、急速な構造的調整を受ける幼少期産業または予測しにくい行動を伴う青春期産業に特有な興味を呼び起こさなかった。しかし、同産業は魅力があるしまた研究に値する重要産業であるため、特に産業組織論を学ぶものの強い関心を集めてきた。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

アメリカ食品製造業の産業組織に関する最初の重要な分析は、アメリカ議会の暫定全国経済委員会 (Temporary National Economic Committee. 1940. 以下、TNEC と略記する) によって刊行された論文である。この報告は、A. C. ホフマン (A. C. Hoffmann) の 1938 年ハーバード大学 Ph. D. 論文に由来する。ホフマンは、1930 年代における食品加工 6 業種 (食肉、乳製品、製パン、クッキー・クラッカー製造、果実缶詰、および野菜缶詰) に限って集中的に分析し、25 の巨大食品製造会社がそれぞれの産業を支配していることを明らかにした。TNEC のホフマン論文は、1930 年代の巨大食品会社の形成と指導的地位を説明するのに合併とプラントの「規模の経済」の役割を重視し、価格の決定、カルテル、反トラスト違反と産業集中度の関連を指摘した。

1940 年と 1965 年の間には、食品製造業について重要な産業組織研究はほとんど見られなかった。この期間に、この分野で研究していた少数のエコノミストの一人にウイリアム・ニコルス (William Nicholls. 1941) がおり、彼は農業関係産業における垂直的統合に寡占の理論を拡張する重要な書物を出した。また主要なシガレット製造業者の間に同調的価格決定のある証拠を見つけたタバコ産業関係のアメリカ最高裁判所事件 (アメリカン・タバコ社対合衆国政府) の法廷記録は、R. B. テナント (Robert B. Tennant. 1950) の研究公刊に材料を提供することになった。クロデュスとミラー (Clodus and Mueller. 1961) の独創的論文は、食料マーケティング産業に対する産業組織分析への関心を生んだ。

1965—66 年の間存在した大統領委員会たる食料マーケティング全国委員会 (National Commission on Food Marketing) が、食品製造業に関する 9 つの技術的研究を公刊した。この委員会の要約の巻『農業者から消費者までの食料』(1966) は、アメリカの食料システムの業績を改良するための大胆にして影響力のある政策示唆によって知られている。技術的研究の 6 つの巻は、食料マーケティング・システムと個別産業を検討している。これら

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

の諸論文は、No.1『家畜と肉』、No.2『家禽と卵』、No.3『酪農』、No.4『果物と野菜』、No.5『製粉と製パン』、No.6『朝食用シリアル、クッキー・クラッカー』である。技術的研究第7巻は『食品小売りの構造』であり、同8巻『食品製造業の構造』は、この委員会のためにFTC（連邦取引委員会）の経済局スタッフによって作成された。技術的研究第8巻の特に価値ある貢献は、1954年、1958年、1963年の製造業者センサスからのデータを用いて食品製造業の市場構造の測定を精細にしたことである。

1970—80年代の間に、3冊の本が食品製造業の産業組織について刊行された。W. S. グレグ (W. Smith Greig, 1971) は食品加工業に関して大量のデータを集めたが、ほとんど無限の「規模の経済」への不変の信仰と、あらゆる市場構造の発展が非効率的会社の失敗と技術的進歩の動かしえない進展によるという伝統的な分析結果を変更することはなかった。T. ホースト (Thomas Horst, 1974) は、最大級の会社に関するオリジナルなデータからの計量経済学的証拠に歴史的ケース・スタディを取り入れて、食品製造会社の国内・国外に及ぶ拡大過程に焦点を置いた。J. M. コナー (John M. Connor, 1980) による農務省報告は、1960—75年のデータを用いて、会社数の減少、集中・広告・多角化の増大、食品製造業の相対的収益の低下が続いてきたことを指摘した。以上3つの研究成果は、食品製造業の構造と業績の関連に対する強い関心を証明している。

個別食品製造業についての若干の研究も、1960年代以降刊行されてきた。ムアとウォルシュ (John R. Moore and Richard G. Walsh, 1966) は、食肉、ブロイラー・チキン、液状乳、アイスクリーム、野菜缶詰、リンゴ缶詰、大豆油、製パン、飼料産業に関する諸章を収集し、この著者たちは14のうち10産業の業績が不相当と判断した。乳製品産業については、マンチェスター (Alden C. Manchester, 1974, 1983)、クックその他 (Hugh L. Cook, et al. 1978)、ウィリアムスその他 (Sheldon W. Williams et al. 1970)、FTC (1973) による数々の良い論文がある。果実と野菜の加工についての研究には、ブ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ラントその他 (J. A. Brandt et al. 1978), ワードとキルマー (Ronald W. Ward and Richard L. Kilmer. 1980), FTC (1962. 1965), リックスその他 (Donald Ricks et al. 1982) がある。朝食用シリアル産業は、グリアー (Douglas F. Greer. 1968), ハイド (Walter G. Heid. 1963), シーラー (F. M. Scherer. 1982) の研究の主題であった。パン製品はウォルシュとエヴァンス (Richard G. Walsh and Bert M. Evans. 1963), ストリーとファリス (David A. Storey and Paul L. Farris. 1964), パーカー (Russel C. Parker. 1969) と FTC (1967) によって研究された。ボホルその他 (Robert Bohall et al. 1977), アンダーソンその他 (Keith B. Anderson et al. 1975), アイヒナー (Alfred S. Eichner. 1969) は砂糖産業に関する情報を提供した。飲料産業は, D. F. グリアー (1971), フロンドルフ (Kenneth Fraundorf. 1975), エルジンガー (Kenneth Elzinga. 1973), キーツアン (Charles Keithahn. 1979), フォルウェルとバリテル (Raymond J. Folwell and John L. Baritelle. 1978) によって研究され, タバコ産業は R. B. テナントのほか, ウイツン (Ira Taylor Whitten. 1979), マイルス (Robert H. Miles. 1982) によって記述された。

(2) 問題の所在

産業組織論のメインテーマは, 競争的, 寡占的, または独占的な様々な市場構造の下で, 諸企業が他の競争相手との関連でそれぞれ採っている市場行動の型と戦略により, どのような成果 (パフォーマンス) を産業と経済一般の上に生んでいるか, このことを解明・評価し, かつこれに対応する公共政策のあり方を探求することにある。J. S. ベインの著作 (『産業組織論』1959年, 1968年第2版) 以前には, 多くの単一産業研究の比較が役に立つ一般化を生み出すであろうと期待され, ベインの後では横断的な産業統計的研究が展開された。アメリカ食品製造業について言えば, 食料の生産から消費までのこの国の食料システムが, 競争的であるか, 効率的であるか, 技術革新的であるか, マージンや利潤はリーズナブルであるか, そ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

の市場構造と市場業績の関連に主眼がおかれていた。しかし、このような研究アプローチによって食品製造業に固有な問題、すなわち「食品の安定供給と安全性」は人間の生命に直結するため、この業界は常に厳しい政府規制の監視下に置かれてきたという歴史的経緯を解明できるであろうか。

19世紀と20世紀の変わり目以来、食品の純正と食品加工の経済的業績に関する公衆の関心は潮の干満の如くであった。食肉産業における不健康な作業についてのディスクロージャーは消費者を憤慨させ、政府の食品安全検査の厳格化と制度化に結実した。20世紀に入って、砂糖、塩、食肉、バナナ、ウイスキー、トウモロコシ製品などの生産または販売の独占化が企画された。石油精製とタバコと並んで、食肉における事業運営を再編し制限した政府の措置は、最初の効果的な反トラスト規制の実施として広く引用されている。1890年以来、判例となった反トラスト訴訟事件の全体の約20%は、食品企業にかかわっていた。大恐慌の間、食品製造業における市場構造と市場業績はFTC（連邦取引委員会）によって一連の広範囲な審理において精細に調査された。米国議会の暫定全国経済委員会（TNEC）によって委託された論文の1つ（ホフマン論文）は、食品製造業に焦点を当てた。1950年代中頃に始まった食品マーケティング業における競争についての関心は益々増大し、それはFTCをして食品産業における合併に向けた最初の特別政策の設定を促進せしめた。1964年には大統領委員会が、食品産業の市場構造と業績を評価するために設置された。1970年代には食品価格インフレーションによって再び、食品のマーケティング・マージンならびに食品産業におけるインフレーションと競争の関係についての議会の調査が始まることになった。1970年代には、食品産業について醜聞をあばく伝統を継ぐ書物の復活が起こったし、1980年代以降、食品産業における初期の独占化についての関心が幾つか表面化している。

アメリカの国民は食品製造業者に対し、これらの会社の売る製品の純正さと健康性について企業自身に責任があると考えてきた。食品流通業者と

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ともに加工会社は、製造プラントから出荷後の食品の保全に対して責任を分かち合う。若干の加工食品と多くのタバコ製品は、種々の健康問題と結びついてきた。タバコの発癌性効果はよく知られており、若干の臨床的かつ疫学的証左によると、食品含有物と心臓病、癌、虫歯、肥満の起こる率との間に因果関係があるとされている。包装の改良と取扱方法の改良が食品の汚染、損傷、腐敗の危険を減少させ、かつ産業廃棄物の量を大幅に削減した。しかしながら、ある種の含有物の長期消費による安全性問題は、現在もまた当分の間もおそらく活発な公的討議の課題となろう。栄養的品質と食事のバランスは食品製造業者の商業的戦略によって影響され、ブランド品間の僅かな物的相違が時として広告キャンペーンの基礎となる。コストについての関心であれ、広告の文言についての関心であれ、健康についての関心であれ、安全性や環境についての関心であれ、食品製造業が消費者にどれほどよく奉仕しているかについての危惧が、今後とも公衆に否定しがたく残存していくことになる。

本書の課題は、以上のようなアメリカ食品製造業に内在する固有問題を解決するため、過去 100 年にわたる政府規制の歴史的変遷過程を踏まえながら、次の 4 点に集約される。(1) 産業組織論の研究成果を踏襲しつつ、個別食品産業ごとの市場集中レベルと巨大企業の成立過程との関係を明らかにする。(2) 経済政策および経済法規は食品製造業の業績に影響を及ぼすものであるから、個別食品産業の競争的な環境維持に重要な貢献をした連邦政府規制、特に反トラスト法との関係に断然大きな関心が払われる。(3) 加工食品の安全性・品質の確保、消費者保護における FTC (連邦取引委員会) や裁判所の役割、および環境問題についての消費者運動や連邦機関の貢献なども重要な研究課題となる。(4) アメリカの連邦国家構造から、規制権限は 3 つの個別レベル、すなわち国、州、および地方 (市、特別区、または郡) の統治機関に付与されてきた。各レベルの統治機関は、自主的に法規を制定しかつ実施できるが、他のレベルと接触する場合は上位レベ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ルが優先される。裁判所においても、連邦レベルの裁判所が政策領域の中で最も重要な決定を下すことになる。これらの理由により、本書における論議は、主として連邦レベルの統治機関（政府）における政策事項が重視されることになる。

本書の対象期間は、1890—1990年の約1世紀に及ぶ。この期間のアメリカ食品製造業における政府と企業の関係史について、特に注目を集めた歴史的訴訟事件ごとに個別産業企業をケース・スタディの手法によって時系列的に取上げ、これによってアメリカ食品製造業に対する政府規制が、かつての反トラスト法に基づく独占訴訟の「経済的規制」から、近年では次第に、食品の安全性や品質、消費者にたいする事業情報公開とFTC（連邦取引委員会）による広告規制、環境保護・自然保護をめぐる市民団体やEPA（環境保護局）との攻防など、「社会的・環境規制」へと重点が移行しつつある現状を明らかにすること、これが本書の主たる課題となる。

4. 本書の構成と結論

(1) 本書の構成

本書は、2部構成となっている。第1部「アメリカ食品製造業における独占規制の展開」の第1章「砂糖精製業と独占規制（1890—1910年代）：アメリカン・シュガー・リファイニング社の事例」では、最高裁判所に持ち出された最初のシャーマン法違反訴訟である合衆国対 E. C. ナイト社事件、砂糖トラストの形成過程、アメリカン・シュガー・リファイニング社に対する独占禁止訴訟などが明らかにされる。

第2章「食肉加工産業における競争と独占規制（1900—1920年代）：ビッグ・ファイブの事例」では、食肉加工のビッグ・ファイブ（スウィフト社、アーマー社、モリス社、ウイルソン社、カダイ社）による寡占体制の確立、法人企業局調査とその調査結果を取り纏めたガーフィールド報告書の概要、FTC 調査と食糧庁規制以降の政府規制、寡占体制の崩壊過程などが明ら

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

かにされる。

第3章「食品スーパーとリベート規制（1920—1940年代）：A&P社の事例」では、食品製造業と密接な関係を持つ食品スーパー A&P社を中心に、同社の創業と発展概要、ロビンソン・パットマン法の価格差別禁止に違反するコカ・コーラ社や缶詰会社からの大量購入に対するリベートの実態、累積課税制による急激な出店の規制、A&P社に対する独占禁止訴訟の展開と1979年の同社の消滅などが明らかにされる。

第4章「ソフト・ドリンク産業における販売地域割当て規制（1970—1980年代）：コカ・コーラ社のボトリング契約」では、「清涼飲料ブランド間競争法」の成立をめぐるコカ・コーラ社とFTCの長期にわたる攻防（1971—80年）を中心に、同社におけるボトリング・システムの形成と発展、その再編過程などが明らかにされる。

第5章「製パン業におけるコングロマリット合併規制（1970—1980年代）：ITTコンチネンタル・ベーキング社の事例」では、コングロマリット企業ITT社の買収により1968年に成立したITTコンチネンタル・ベーキング社の概要、同社の差別的かつ略奪的低価格設定により倒産したライバル小企業イングリシ社により告発されたW・イングリシ・アンド・サンズ社対ITTコンチネンタル・ベーキング社事件、およびITTコンチネンタル社に対するFTC訴訟が伴に不調に終わった経緯などが明らかにされる。

第2部「アメリカ食品製造業における社会的・環境規制の展開」の第6章「ビール産業と禁酒運動の攻防（1910—1930年代）：パブスト・ブリューイング社の事例」では、禁酒法の制定と廃止の経緯（1919—33年）、同法に対するパブスト・ブリューイング社の対応が、新製品の開発、マーケティング、財務、労働問題との関連で明らかにされる。

第7章「シガレット産業における「喫煙と健康」論争（1950—1970年代）：ビッグ・シックスの事例」では、喫煙と健康論争の進展、FTCによ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

る放送広告の禁止，こうした環境変化に対するビッグ・シックス（R. J. レイノルズ社，フィリップ・モリス社，ブラウン&ウィリアムソン社，アメリカン・ブランドズ社，ロリロード社，リゲット&マイヤーズ社）の戦略的組織適応として，製品革新と市場細分化，多角化と海外戦略の展開などが明らかにされる。

補論「シガレット産業におけるビッグ・ビジネスの形成（1890—1950年代）：アメリカン・タバコ社の発展と衰退」では，タバコ・トラストの成立と解体，キャメル革命を契機とする後継企業4社による寡占体制下の価格競争，アメリカン・タバコ社による広告戦略の展開，独立企業参入による競争の激化，アメリカン・タバコ社の復活と衰退などが明らかにされる。

第8章「即席シリアル産業における独占規制と広告規制（1970—1980年代）：ケロッグ社の事例」では，即席シリアル産業における寡占体制の確立，FTCによる共同独占訴訟，即席シリアルの栄養価論争，FTCによる子供向けの欺瞞的テレビ広告規制などが明らかにされる。

第9章「外食産業・缶詰産業における環境規制（1970—1990年代）：マクドナルド社とスターキスト社（ハインツ子会社）」では，EDF（環境保全基金）の要請に応えたマクドナルド社の環境戦略として，各店舗における有形廃棄物削減のための包装容器の改善問題，またスターキスト社の環境戦略として，海洋哺乳動物保護法やEII（地球全島保護団体）のごとき環境団体の圧力，ツナ缶詰ボイコット運動に対する同社の対応などが明らかにされる。

なお，資料について付言すれば，各章の記述には，FTCの公開記録および最高裁での公聴会記録を一次資料に準じたものとして全面的に活用した。そのような資料が存在せず，または入手できなかった場合は，一次資料に基づいて既に公開されている定評ある研究書に依拠した。その詳細については，巻末の各章別参考文献を参照されたい（本稿では省略した）。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

(2) 結論

アメリカ食品製造業に対する政府規制の展開は、独占禁止法に基づく反トラスト訴訟の「経済的規制」と、食品の品質および安全の確保における連邦機関の役割、消費者保護における FTC（連邦取引委員会）訴訟、EPA（環境保護庁）による環境規制などの「社会的・環境規制」の2つに大別できる。食品製造業に対する反トラスト訴訟の執行状況は、1950年から1984年の間に合計896件にのぼったが、1980年以降における告訴件数は急速に減少した。これは、1970年代半ば以後に米国経済のインフレが継続し、成長率が鈍化し、失業率も高まり、政府が規制緩和による経済活性化と規制のコスト低減を政策として打ち出したことを反映している。一方、社会的・環境規制の殆どは1960年代から70年代に増大した。1970年において、経済的規制に対する連邦支出が約3億ドル、社会的規制に対して約5億ドルであったものが、1980年にはそれぞれ10億ドルと50億ドルへと増大している。また、消費者の安全と健康に関する法案が1965—79年の間に62成立し、環境とエネルギーに関する法案も同期間に32成立している。これらは、公民権運動、環境保護運動、多様な消費者運動と結びつき、特に1960年代から70年代にかけて米国では社会的規制の重要性に関する認識が高まり、政治的支持を得ることになった状況を反映しているといえよう。

以下では、本書で取上げた個別ケースを踏まえて、アメリカ食品製造業に対する「独占規制」および「社会的・環境規制」の歴史的変遷過程を要約しておくことにする。

[1] 食品製造業に対する「独占規制」の歴史的変遷過程

(1) 反トラスト法適用の先駆的事例（1890—1910年代）：E. C. ナイト社事件とアメリカン・タバコ社事件

最高裁判所に持ち出された最初のシャーマン法違反事件は、合衆国対 E.

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

C. ナイト社事件であった。当時、アメリカの製糖の75%を生産していたアメリカン・シュガー・リファイニング社は1892年にナイト社をはじめ、その他3つのフィラデルフィアにおける独占的製糖会社の支配権を獲得し、それによって全国の製糖能力の98%を支配するに至った。これに対し、政府はそのような契約は「取引の制限」を伴う企業結合であって無効であると主張し、アメリカン・シュガー社を告発したのであるが、巡回裁判所ならびに巡回訴願裁判所はその訴訟を却下した。そこで政府はさらに最高裁判所に提訴したのであるが、同裁判所は1895年1月21日、下級裁判所の主張を支持して製糖会社の活動はシャーマン法違反ではないという判決を下した。その理由は、次のとおりであった。「シャーマン法は、合衆国憲法におけるいわゆる商業条項による授権によって連邦議会が制定したものであり、州内取引でなく州際商業についてだけ適用される。そして、この州際商業における Commerce とは取引の目的物の場所的移動であり、製造行為は物の形態の変更であるから商業条項には含まれないと解釈される。」糖業については殆ど独占的な地位にあった製糖会社の結合に関して、製糖業は製造業であって商業には該当しないから、裁判所は結合の独占的性質を認めながらも、その結合についてはシャーマン法が規制力を有しないと判定した。この判決は、トラストや独占に対する連邦政府の統制力を大幅に制限する効果を持ち、また1896年の保守的な共和党政府の政策と1893—97年に至るアメリカ経済界の不況からの回復とが相伴って、1898年以後の「トラスト熱狂時代」を作り出す1つの要因にもなったと云われている。

1911年に起こったスタンダード・オイル社事件とアメリカン・タバコ社事件は、シャーマン法（1890年制定）実施以来20年後に初めて合衆国政府が完全勝訴を得た二大事件で、両会社はそれぞれ1911年5月15日と同年5月29日に、シャーマン法第1条（取引制限条項）および第2条（独占条項）違反で解体命令という画期的な措置がとられた。アメリカン・タ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

バコ社は、1890年のタバコ・トラスト設立から20年後の1910年には、葉巻を除くタバコ製品のあらゆる部門において独占的支配力を確立していた。しかし、裁判所の先の決定によってアメリカン・タバコ社を中心とする独占時代は終了し、以後、主要な後継企業間の激しい主導権争いを展開した長い寡占時代が開始されることとなったのである。

(2) 反トラスト政策の積極化と後退（1910—1920年代）：FTCによる食肉規制

1912年秋に行なわれた大統領選挙戦において、民主党のウッドロウ・ウィルソンは反トラスト政策を積極化することを国民に公約していたが、大統領に当選すると共に1914年、連邦取引委員会法およびクレイトン法の新立法を相次いで制定し、産業界の競争維持と公正取引の推進に前向きに取り組んだ。その典型的な事例は、1917年に開始されたアーマー、カダイ、モリス、スウィフトおよびウィルソンの5大食肉加工会社における調査に基づき、FTC（連邦取引委員会）が当該5社に対し次の7つの点で告発したものである。すなわち、①家畜購入の協定、②家畜マーケット操作のための情報交換、③家畜購入者との共謀、④全米や他国への輸送統制、⑤新鮮肉の販売協定、⑥資金の共同出資、⑦関連事業の共同所有、である。この告訴は、FTCに対する政治的圧力の下においてなされた1920年の同意審決で決着したが、その間、食肉産業を規制する各種の法案が議会に提出された。最終的に1921年8月15日、「食肉加工業者およびストックヤード法」が制定され、これ以後食肉業者は、不公正な差別、詐欺的実践、不適當な供給、独占となり競争を制限する価格の操作や支配を禁じられ、罰則の強化などもはかられた。

しかし、アメリカが1920年代の前例のない好景気にあつた間は、強力な独占禁止政策は産業を混乱させる恐れがあるとして殆ど採用されることはなかった。したがって、1921年から1932年までの間に提訴された反トラスト事件の大部分は、経済力の過度集中排除よりむしろ商習慣や取引制

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

限除去を取扱ったものであった。さらに 1929 年から 1932 年の間に到来したあの深刻な大恐慌によって、反トラスト政策や競争経済の促進方針はますます後退することになったのである。

(3) 反トラスト政策の復活 (1930—1940 年代)：A & P 社に対する価格差別規制

民主党のフランクリン・ローズヴェルト大統領によって展開されたニューディール政策の後期 (1935 年以降) となると、産業別労働組合の台頭や消費者主権の強調など、巨大企業に対する批判的世論の形成を背景に反独占教書が出され、反トラスト政策がニューディール政策の柱の 1 つとなった。かくして、チェーン・ストアなどの大量購入者に対する割引 (価格差別) を禁止するロビンソン・パットマン法 (1936 年)、再販売価格維持に関するミラー・タイディングス法 (1937 年) など相次いで制定され、反トラスト局長サーマン・アーノルドの下で反トラスト政策が強化され、合併や独占価格も厳しく規制された。

これまで、A&P 社のようなチェーン・ストアが、その大量仕入れゆえに特別な契約で多数の製造業者から安く仕入れていることは業界の常識となっていた。事実 A&P 社の場合、1934 年の同社の売上総額は 8 億 4,201 万ドル、その純益は税引き後で 1,671 万ドルであったが、仕入れ時に製造業者から受取ったリベート総額 800 万ドルは純利益の 1/2 に相当した。これでは、一般の小規模な独立小売販売業者や卸売業者がとうていやっていきぬと考えたのも無理ではなかった。ロビンソン・パットマン法は、価格差別、手数料の不正な支払い、販売促進と広告にかかる費用、ならびにサービスにおける差別を禁止するために、クレイトン法第 2 条を改正するために制定されたものである。同法の施行以後、チェーン・ストアの発展に大きな衝撃を与えたことは間違いなく、常に攻撃的となっていた A&P 社においては、その後の商取引において慎重とならざるをえず、また製造業者からの仕入れを避けて自社製造の方向にますます進むようになってい

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

った。さらに、チェーン・ストアに対する政治的攻撃は、このロビンソン・パットマン法の成立で終わらなかった。むしろこれに勢いを得ていっそう激しくなり、1938年には「死刑宣言法案」が上程され、累積課税による出店規制が提案され、これによってA&P社発展の原点が厳しく制約されることになった。

(4) 規制緩和下の反トラスト政策（1970—1980年代）：販売地域割当て規制・ congromerit 合併規制・共同独占規制

第2次大戦後の反トラスト政策の展開については、1950—60年代の米国経済の興隆期・最盛期を反映して「反トラスト法運用が最高潮に達した時期」と、1970—80年代のパックス・アメリカーナが色あせるに従って「反トラスト法運用が最も低調な時期」の2つに分けて考えることができる。

1950—60年代のアメリカ製造企業は、ベルトコンベア方式と呼ばれる規格品の大量生産方式およびマスメディアを介した大量販売方式を駆使して強い国際競争力を有していたため、独占企業分割によって独占力を解体することが試行されたり、寡占業界では常に超過利潤を得ているとして、企業分割によって市場構造の再構築を図る独占禁止政策が実施された。この時期の食品製造業に関する独占訴訟の1つに、第2次アメリカン・タバコ社事件がある。これは、1946年6月10日の第2次タバコ判決において、第2次大戦後のアメリカにおける反トラスト法の強化という一般的風潮を反映し、後継企業3社（アメリカン・タバコ社、リゲット・アンド・マイヤーズ社、R. J. レイノルズ社）が共同被告となり、葉タバコ購入およびタバコ製品の販売価格に関する共謀行為の疑義について最高裁判所が違法と判断したものである。そのほか、価格差別に関する最高裁判所のモートン製塩会社判決（1948年、モートン製塩会社が5大食品チェーンに対してのみ差別的な価格割引表を使用したことに対する違法判決）、水平合併に関するピルスベリー製粉会社判決（1952年、バラード・アンド・バラード社およびアメリカン・ホー

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ム・プロダクト社ダフ・ベーキングミックス部の取得に関する判決)、シェンリー産業会社との同意審決(1955年、パーク・アンド・ティルフォード蒸留会社の取得に関する判決)、食品小売会社ヴォンズ社とショピングバッグ社の合併に関する判決(1966年)、コングロマリット合併に関するものとしては、P&G社によるJ. A. フォルジャーコーヒー会社取得の告発事件(1965年にクレイトン法第7条違反で告訴、1972年に同意審決)などがある。

1970—80年代はアメリカ製造企業の衰退傾向が顕著となり、規制産業においては規制緩和・撤廃(自由化)が進み、各分野とも激しい競争関係が導入されて産業の活性化が促進された。このため1970年代中頃から、反トラスト政策の施行緩和は、特に合併規制や流通規制の面で進み、80年代は反トラスト法運用が最も低調な時期であった。本書は、この時期を重視してケース・スタディを実施したため、以下、販売地域割当て規制、コングロマリット規制、および共同独占規制の展開について、要点を整理しておくことにする。

① コカ・コーラ社に対する販売地域割当て規制

産業業績についての否定的な結果を持った産業慣行は、排他的な地域的一手販売権(テリトリアル・フランチャイズ)の付与であり、それはブランド内の競争を排除する。このモデルに適合する1つの食品雑貨はソフト・ドリンクであり、すべての主導的なソフト・ドリンク会社が一手販売権を持ったボトラー(瓶詰業者であり流通業者)に排他的な受持ち区域を与えていた。FTC(連邦取引委員会)が1971年、清涼飲料のフランチャイズ契約における地域条項はFTC法の第5条に違反するとしてその不満を主張したとき、業界は3倍損害賠償請求の危険に直面した。

1971年から1980年にかけて展開されたコカ・コーラ社とFTCの抗争の焦点は、フランチャイズ契約において地域独占を認めていることに関し、それが反トラスト法に抵触するかどうかにあった。法廷闘争が展開されただけでなく、清涼飲料業界の圧力もあって米国議会にまでその議論が持ち

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

込まれ、地域独占はブランド間の競争が存在する限り反トラスト法に抵触しないとする「清涼飲料ブランド間競争法」案が上程され、上院および下院で審議された。業界関係者はこぞって、容器回収を行うリターナブル飲料（瓶詰めコーク）については地域独占を認めても、容器を使い捨てるノン・リターナブル飲料（缶入りコーク）については自由化すべしとした FTC の判断を非難し、法案の早期成立を訴えた。彼らの主たる言い分は、当時急拡大しつつあったノン・リターナブル製品は大規模ボトラーが扱い、弱小ボトラーは低下しつつあるリターナブル製品のみを扱うようになれば、業界の集中化とリターナブル製品の値上げが招来されるであろうとした点にある。他方、逆の立場にあった消費者団体は、現行の地域制約の下でこそ業界の集中化は進行しつつあること、また排他的な受持ち地域は痛切に競争を必要とする製品間のブランド内競争を減退させるものであること等を論拠に応戦したが、最終的に 1980 年 7 月、この法案はジミー・カーター大統領（民主党）の下で成立した。コカ・コーラ社は係争中、もしも地域独占の契約が違法と判定されるならボトリング業界は弱肉強食の事態となって寡占化が一層進行するだろうと主張したため、この 10 年間は、ボトラーの集約・統合化を目立った形で展開させることはできなかった。しかし、新しい時代を迎えたコカ・コーラ社は、清涼飲料のノン・リターナブル化（ワン・ウェイ化）が支配的となってボトルの回収不要による従来業務が半減するなか、今後どのようなボトラー戦略を展開するかが注目される。

② ITT コンチネンタル・ベーキング社に対する congromaritt 合併規制

政府が食品製造企業に関する独占の企ての案件を提起した数は比較的少なかったが、民間による訴訟は数多くなされた。最も重要な独占の企てに関する案件 2 つのうち、1 つは民間当事者によるもので、他は FTC によるものであったが、同じ会社、つまり congromaritt 企業 ITT コンチ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ンタル・ベーキング社に関するものであった。民間の案件が FTC 訴訟よりも先行したので、民間の案件に適用された法的な基準について先ず要約しておくことにする。

民間による訴訟が提起されたのは 1971 年で、地方的な製パン業者イングリシ社がノーザン・カリフォルニア地区における略奪的価格設定について ITT コンチネンタル・ベーキング社を告発したときであった。陪審による審理ののち、ITT コンチネンタル社は有罪と判定されたが、この案件は次いで第 9 巡回裁判区の控訴裁判所で告訴の審理がなされた。この事件で控訴審は、価格設定の違法性について限界費用または平均変動費が第一次的な基準になるとした経済学者アリーダー＝ターナー準則を受け入れたうえ、次のような基準を設定した。その基準とは、①被告の価格が平均変動費を下回っている場合には、被告がその価格についての事業上の正当理由を立証する責任を負い、②被告の価格が平均変動費を上回り、平均総費用を下回っている場合には原告が被告の略奪的意図または現実の競争への損害を立証する責任を負う、というものである。そのうえで控訴審は、イングリシ社がコンチネンタルの価格が多くの場合に平均総費用を下回っていることを立証することに成功したけれども、その価格が平均変動費を下回っていること、またはコンチネンタルの価格の利益が予定された競争を排除する傾向に依存することにより、同社が略奪的意図を有することを立証するに十分な証拠を提出していないとして、原告の訴えを棄却した。最高裁判所がこの案件の上告の審理を却下したため、第 9 巡回裁判所の見解がその後の重要な判例として注目されることになった。

FTC は 1974 年、ITT 社およびその完全所有子会社コンチネンタル・ベーキング社に対し FTC 法第 5 条およびクレイトン法第 2 条(a)項違反で告発し、ベーキング社はノーザン・カリフォルニアを含む 5 つの地域で白パンの販売市場を独占しようとして、これらの市場で差別的価格の実践に従事して競争的損害の原因になったと主張した。1981 年の FTC 審判官に

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

よる仮決定は、ITT コンチネンタル社の多数市場に及ぶコングロマリットの力（すなわち、1市場で獲得した利潤を他市場における競争的・冒険的事業に助成できるという交差助成力）がコンチネンタルの略奪的なコスト割れ販売を行なう能力の源泉であることを明確に認め、ITT 社に対しコンチネンタルの分離を命ずると共に、コンチネンタルを財政的に自立的な地域的製パン企業として再編成するように勧告した。しかし、1984年にFTCの新審判官は、イングリッド社対ITT コンチネンタル社事件判決の判例（1981年）や1980年代に入って略奪的価格設定および売り手段階の価格差別を理由とする三倍額損害賠償の請求訴訟で原告が勝訴した事例は極めて少ないことなどを勧告して、先の仮決定を取消し、告訴委員会の訴えを否定し、被告（ITT コンチネンタル社）側の主張を認める最終命令を出した。

③ 3大即席シリアル会社に対する共同独占規制

シャーマン法第2条は独占に照準を当てているが、それは1つの会社が市場で他の会社とは独立に支配力を有している場合である。この狭い定義では、一般に食品製造業における独占支配力の最も普通の発現である「緊密に結合した寡占」を攻撃から免れさせている。高度に集中し、緊密に結合した食品製造業における会社が、共同行動を通じて単一の支配的な会社と極めて類似したやり方で行動するために、反トラスト法は、食品産業に見られる最も重大な「独占問題」に対する保護手段を与えていないと思われる。反独占法におけるこのギャップをうめるために、法律および経済学者は「共同独占」の概念を展開した。この概念は、産業における緊密に結合した寡占体で高い参入障壁を持ったものは、単一の支配的な会社と同様な独占の能力を持つと主張するものである。この革新的な理論は最初ケロッグ社の案件に適用され、FTCは1972年、3大即席シリアル会社（ケロッグ社、ゼネラル・ミルズ社、ゼネラル・フーズ社）を共同独占保持のかどで摘発した。

FTCの担当官は、即席シリアル産業が高度に集中され、高い参入障壁

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

があることを証明しようと試みた。同担当官の見解では、3大シリアル会社は暗黙の共謀を行い、独占支配力を維持し、かつ行使するために協調していた。さらに同担当官は、摘発された会社が大量の広告、ブランドの多様な増殖、および大量小売店の棚スペース割当てなどの種々の明らかな独占的慣行によって、独占を達成しかつ維持していたことを立証しようと試みた。これらの会社は、独占行為の結果により多大な独占利潤を獲得し、1957—72年の間に消費者に対し1,037,980,000ドルの「過重な代金請求」をしたといわれる。被摘発会社はこれに反論して、大量の広告と製品の多様な増殖は激烈な競争の現れであり、暗黙ないし公然の共謀の証拠はないと主張した。このように即席シリアル製造会社は、必要条件としての独占支配力も持たぬし、その力を維持しようとする一般的意図を表明したことも無いと主張した。長引いた審議の後、FTC 審判官はこの案件を棄却し、告訴法務官が独占行為の立証ができなかったとの結論を下した。要するに、彼らの結論によれば、価格リーダーシップの性格と効果、収益性を正確に査定するための経理調整、共同独占のための参入障壁に至るまで相争う証拠はことごとく無視されるか却下され、被摘発会社は個々に動く合理的な寡占体のように行動し、これでは独占行為を共同で実践したと判定するには不十分であったということであった。かくしてFTCは1982年初頭、この案件の審理を却下し、その棄却を支持したのである。

以上、我々はこれまで、アメリカ食品製造業に対する過去1世紀に及ぶ反トラスト政策の変遷過程を概観してきたが、それらは、他の産業に対する米国反トラスト政策の歴史的変遷状況と当然のことながら符合している。すなわち、「反トラスト法の初期運用時代」(1890—1903年)、「積極化・確立期」(1903—1913年)、「第1次大戦から大恐慌期の緩和期」(1914—1933年)、「ニューディール時代の復活・再確立期」(1933—1945年)、「第2次大戦後の最盛期」(1950—1960年代)、そして「規制緩和下の低調期」(1970—

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

1980年代)である。

反トラスト法は、まず何よりも経済成長政策に貢献する有効競争を促進するため、最大の阻害要因である独占的要因を排除することを最大の眼目として制定され運用されてきた。この有効競争の達成基準は、ときの政府による経済政策のあり方と産業・企業側の動向とのかねあいで決まってきたおり、必ずしも一貫したものがあつたとは云い難い。そこに法的解釈上の恣意性と、行政当局のいろいろな政策が介在する余地が生まれたといえよう。それに伴って反トラスト政策も、ある時期には強化されてリジッドに解釈されたかと思うと、別の時期には反トラスト政策そのものが後退を示すに至っている。反トラスト政策の施行には、時代により強弱があり、変化が見られた。とりわけ、1980年代の米国独禁政策の大幅な後退は、我々が取上げた3つのケース・スタディにおいて、ことごとく政府・規制側が敗北を帰し、企業側の勝利に終わったことによっても明らかである。これは、当時のアメリカ経済と産業が置かれていた状況、および「強いアメリカ」「小さな政府」というキャッチフレーズの下、規制緩和と民間企業の活力強化を標榜していたロナルド・レーガン政権(1981—1988年)の強い意向が反映されていたようにも思われる。しかし、1990年代の最も注目を集めた独占禁止訴訟事件において、アメリカ政府は一転して厳しい姿勢を示すことになった。1998年5月に、アメリカ司法省と全米20州がパソコンソフト最大手のマイクロソフト社を反トラスト法違反で告訴したが、2000年4月に和解交渉は決裂し、企業分割などの是正命令につながる「有罪判決」も必死の情勢で、こうした動向が、今後の食品製造業の独禁政策にどのような変化を齎すかが注目される。

[2] 食品製造業に対する「社会的・環境規制」の歴史的変遷過程

- (1) 初期の食品安全性・品質確保の時代(1880—1900年代)：食肉産業の実態とFDA(食品医薬品局)の成立

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

アメリカにおける食品安全性・品質政策の起源は、約300年前の植民地時代に遡る。当時、パン屋が目方をごまかしたり、乾燥した豆粉を小麦粉に混ぜたりするのに対して、人々が当局に保護を求めたことが契機となったと云われている。また、魚や肉などの輸出を円滑に行なうために、塩漬けがうまくいっているか、目方は適切かなどを検査する法令も各州で要請されるようになった。その後、州間で取引される食品の不純物、不当表示、嘘の広告などを規制する目的のために連邦法が必要となり、1879年以後から約27年間、食品と薬品に関する200もの法案が作成されたが、生産者側の反対でいずれも連邦議会を通過させることはできなかった。

食品安全のための最初の連邦法といわれる「純正食品医薬品法」が制定されたのは1906年のことであったが、これには、同年アプトン・シンクレアによって刊行された食肉産業の実態を暴露した小説『ザ・ジャングル』（“Jungle”には、「密林」のほか、「貧民街」「浮浪者の溜り場」などの意味もある）が多大の影響を与えることになった。入念な取材に裏打ちされたシンクレアの不衛生で悪臭に満ちた食肉工場の描写は、読む者に言い知れぬ恐怖と衝撃を与えた。ときの合衆国大統領セオドア・ローズヴェルト（1858—1919年、任期1901—1909年）は、朝食をとりながらこの話題作に目を通していたところ、ソーセージ製造にまつわる忌まわしい裏話にいきあたり、叫び声とともに食卓にあったソーセージを窓の外に投げ捨てたと云われる。「大統領は私を呼んで話を聞いた後、二人の調査官に私と協力して食肉事業所の実態を調査するように命じました。数週間の現場検証の後、調査官たちは私の本の内容を支持する報告書を大統領に提出したのです」と40年後にシンクレアは回想している。かくして1906年6月30日、「純正食品医薬品法」（混ぜ物をしたり中身と異なるラベルを添付した食品や医薬品の製造・販売・輸送を禁止した法律）が制定され、『ザ・ジャングル』は連邦政府を動かした書として当時のベストセラーとなった。

同法は1907年1月1日に発効し、農務省内にFDA (Food and Drug Ad-

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

ministration. 食品医薬品局)が設置された。だが、この法律が議会を通過した時には、最初の草案に含まれていた食品基準の条項が削除されていたため、例えば何をもって不純物あるいは有害物とするかに関する法的基準がなく、これに関連した訴訟事件の判決は長引いた。コカ・コーラ社の実質的創業者であったエイサー・キャンドラーが1916年にソフト・ドリンク事業から身を引いたのも、トレードマークを維持するための無数の訴訟と、カフェインの使用についてのFDAとの連邦裁判所での起訴に対する2つの事件に長年悩みつづけていたためと云われている。T. ローズヴェルト大統領は、防腐剤の食品への使用を禁止しようとしたが生産者側の激しい反対にあい、防腐剤としての二酸化硫黄と香酸ナトリウム、砂糖の代用物としてのサッカリンの使用を認めることになった。

(2) 第1次大戦・ニューディール時代の社会的規制(1910—1930年代)：

「禁酒法時代」(1919—1933年)とビール産業

アメリカでは、1920年1月17日の午前零時を過ぎて、酒類の製造・販売・運搬等を禁止する合衆国憲法修正第18条(いわゆる「禁酒法」)が効力を発した。1919年に第18条が確定したとき、多くの国民は、来るべき時代には世の中から酒類が一掃され秩序ある社会が出現するものと考えた。確かに1920年代になると、政治的には秩序を重んじる保守的な風潮が広まったが、現実の社会は必ずしもそうはならなかった。1933年12月5日に、憲法修正第21条(第18条の廃止)が確定するまでのおよそ14年間におよぶ「禁酒法時代」は、多くの人々にとって実際には「飲酒時代」となった。この矛盾する結果を生じさせた1つの原因は、第18条が成立した1910年代末の社会と、それが施行された20年代のアメリカ社会は非常に異なったものであったことに求められる。

第18条が連邦議会を通過した1917年12月18日は第1次大戦の最中で、アメリカがドイツに宣戦布告して8ヵ月余りが経過していた。戦争が醸し出す愛国的で禁欲的な雰囲気を最大限に利用して、19世紀前半か

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

らの長い伝統をもつ禁酒運動家たちが飲酒という「快樂」を規制することに成功したとも言える。アメリカが参戦した1917年4月以降、食糧確保の目的で穀物からの蒸留酒製造が禁止されたり、ビールのアルコール度を2.75%以下に定めた立法や行政命令が臨戦態勢解除までの期限付きながら施行された。ところが、その後間もなく、第18条が確定した1919年1月16日にはヨーロッパではすでに休戦状態に入っており、パリでは講和会議がまさに開催されようとしていた。つまり、国民に禁欲と自己犠牲を強いた時代が過ぎ去ろうという時に第18条が成立したのである。果たせるかな「平常への復帰」をスローガンに幕が開いた1920年代のアメリカ社会の潮流は、質素や儉約などの道徳を重んじる禁欲的なものに背を向けた。

「禁酒法時代」は、現実には経済的繁栄と戦争からの解放感があふれた享樂的な社会を生み出したのである。人口はいつそう都市に集中し、都市人口が農村人口を上回ったのもこの頃であった。国民総生産が年率5%以上で増加し続け、1920年代を表すキーワードは「成長と豊かさ」であった。中流階層に属する家庭には、冷蔵庫や掃除機などの電気製品が普及し、大量生産されたモデルT型車は大衆化し、20年代の終わりには約3,000万台の自動車が走り回るようになった。「禁酒法時代」に、小規模醸造企業が閉鎖を余儀なくされていたのに対し、パブスト・ブリューイング社のような大規模ビール醸造会社は、新製品の開発と多角化、既存のマーケティング・システムや流通・包装技術を使って、事業の存続のみならず拡大をはかることができた。1933年に「禁酒法」が廃止されてから25年以内に、アメリカのビール業界に全国的な寡占体制が出現した。上位5社の合計した市場シェアは、1935—1958年の間に約14%から31%に増加し、巨大ビール会社の成長が小規模競争企業の犠牲によることは明らかであった。

ニューディール時代は、フランクリン・ローズヴェルト大統領（第32

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

代)の1期から2期目の途中までの期間である。戦争が終わり平和時に戻るに従い、多くの新製品が市場に導入されることになり、消費者は商品の選択に関し様々な問題に直面することになった。1927年、チェイスとシュリンク (Stuart Chase and F. J. Schlink) が“*Your Money's Worth*”を出版し、広告と押し付け販売の弊害を警告し、消費者の正しい選択を助けるために科学的テストと商品基準の重要性を主張した。彼らの提言は、1933年には多くの消費者団体、市民運動などの支持を得たが、新法案の議会通過には結びつかなかった。しかし1938年、サルファ系薬剤の使用により100人余りの死者を出す薬害事件が起こったため、議会はこの年「食品・医薬品・化粧品法」を可決し、新薬の販売のみならず食品や化粧品に関してもFDAが認可することになった。

(3) 第2次大戦後における社会的規制の動向 (1950—1980年代)：消費者情報の確保と広告規制

消費者は素人の買手である。彼らは製造業者または小売業者に雇われている専門家ほどには、製品の品質や価格についての情報への接近手段を持たない。不十分な、または惑わされやすい情報によって生ずる市場欠陥が、第2次大戦後における各種の消費者保護立法に対する主要な経済的論拠である。食品製造業では、たいていの政府介入は不十分な情報を訂正することを意図しているが、広告の適切な役割が、相当な期間にわたって最も議論された問題の1つであった。いくつかの連邦機関が、米国の食品製造業における広告または販売促進活動の種々の局面に対して権限を有している。最も影響力のある機関は、FTC (連邦取引委員会) であった。FTC法第5条は、「不公正または欺瞞的な行為または慣行」を違法として明示しているが、これらの用語が何を意味するかについては詳細に規定していない。戦後40年の判例法は規制の基準を展開し、それによってFTCが不正、欺瞞または惑わしやすいつい文言に対し排除措置命令を発することを許容してきた。ある広告の文言が「欺瞞する傾向または力」があることを立証する

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

挙証責任は FTC にある。

以下、本書で取上げた FTC が「欺瞞的広告」と判定した著名な 2 事例について、要約しておくことにしよう。

① 放送広告の禁止とシガレット産業（1950—1970 年代）

米国シガレット産業における 1950—1970 年の制度的環境変化の主要な出来事は、1953 年の「スローン・ケタリング・レポート」、1964 年の「衛生局長レポート」、1970 年の「放送広告禁止」の以上 3 つである。これらはいずれも、「喫煙が健康に有害」という認識に立つものであり、シガレット産業にとっては産業自体の「正当性」が脅かされる結果となった。「スローン・ケタリング・レポート」は、喫煙と健康論争についての最初の衝撃的なレポートであり、中身はスローン・ケタリング研究所の調査員がタバコの煙から採取した「タール」をマウスの背中に塗ると癌が誘発されたというものである。「衛生局長レポート」は、「タバコ喫煙は男性にとっては肺癌に関連する場合があります、タバコ喫煙の影響度は他の要因を上回っている。女性についてのデータは、範囲は狭いが同方向を示している。いずれにしても、タバコ喫煙は米国において直ちに対策をとるべき著しく重要な健康有害物である。」というものである。この 2 つのレポートの影響は大きく、1965 年には「FTC（連邦取引委員会）広告コード」が議会を通過し、タバコの包装上に健康についての警告表示が義務付けられ、1967 年には「同時間規制」の制定により放送媒体において反喫煙広告もタバコ広告と同時間必要となり、遂に 1970 年、全ての放送媒体（ラジオとテレビ）でのタバコ広告が禁止されることになった。

制度的環境の変化に対応して業界ビッグ・シックスによって選択された第 1 の戦略は、「製品革新と市場細分化」であった。1 人当たりのシガレット消費量が減退したため、シガレット・メーカーは特に「フィルター製品」「低タール・シガレット」や「メンソール」など、「安全性の高いシガレット」を中心にブランドの多様化も促進した。第 2 の対応戦略は「多角

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

化」で、フィリップ・モリス社はミラー・ビール（1970年）、セブンナップ（1978年）、R. J. レイノルズ社はデルモンテ（1979年）、カナダドライ（1984年）などを買収した。第3の対応戦略は「海外進出」で、例えばフィリップ・モリス社は早くも1961年までに104カ国に輸出を行い、1971年には162カ国で140銘柄を販売し、同社のシガレットは国内より海外で多く売られていた。

② 子供向けテレビ広告規制と即席シリアル産業（1970—1980年代）

米国シリアル産業における1970年の「栄養論争」への関心の高まりは、FTC（連邦取引委員会）の解体に繋がりがねない新たな論争への進展を示すものとなった。キャンディ、砂糖入りシリアルなどの過度の消費からくる長期の場合の害について、児童が惑わされているのではないかとの懸念から児童用広告の調査がなされ、FTCは1978年、「販売目的を理解できないほど、あるいは広告を理解できないほどに幼い子供たちに向けたテレビ広告の禁止」を求めた規則制定要求の訴訟を起こした。各テレビ局は、既にFCC（Federal communication Commission. 連邦通信委員会）の規制に従っており、そのFCCは厳しい公聴会の後、子供番組の量や質を制限し、そのような番組内での児童向けのキャンディおよび朝食用シリアルの広告の様式と内容についても規定していると主張した。これに対しFTCのスタッフたちは、子供に対する重甘味製品の影響は累積的で、その状況は、電子メディアでの広告を全面禁止されたシガレット広告に類似していると主張した。

このいわゆる「子供向けテレビ番組(kid-vid)」訴訟は、マスコミ、シリアル企業、玩具メーカー、その他子供向け広告に年間6億ドルを賭けている業界からの嵐のごとき抗議を巻き起こし、食品会社、放送業界、および広告代理業団体の連合によるロビー活動では1,500万ドル—3,000万ドルが使われたと伝えられる。これらのグループのワシントンにおける代弁者たちは、FTCの他の消費者保護発議案によって怒った利益団体と提携し

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

て、当面 FTC の発議権を抑制する歳出予算案の下院での通過を確保した。これらの法案が上院で繰返し否決されている間、FTC は 2 年以上も通常の子算支出がなされずに運営することを余儀なくされた。この当時の FTC の年間予算は約 6,000 万ドル（国防省を約 15 分間のみ運用できる金額）、ワシントンでも最も小規模な規制機関の 1 つとなった。かくして 1980 年に 2 回、FTC の活動は暫定資金を使い尽くすことで停止され、遂に議会は翌 1981 年、FTC に対し児童向け広告の規則作成作業を中止するよう指示した。

FTC は 1914 年の創設以来、3,000 件以上に上る「欺瞞的広告」の案件を訴追してきた。例えば 1970—80 年代の事例としては、ヨーグルトの広告で「ダノンは科学が改良した自然の完全食品として知られています」と述べたもの、雑誌の広告でキャンベル・スープの缶から大理石模様で濃厚にしたスープが流れ出す様子を描いたもの、プロフィール・パンの広告で、1 切れ当たりのカロリーが低いとうたってあったが、実は普通のパンより 1 切れの厚さが薄いことにはふれていなかったもの、などがある。FTC やその他の消費者保護機関の真剣な監視と広範な権限が、慣習法では及びもつかないところまで、欺瞞的広告の発生頻度の減少を促したことは疑いない。しかし“kid-vid”訴訟判決に見られるように、違反者に対して課された罰則の多くはむしろ寛大であった。重要な憲法上の表現自由の保障と、最大限に利用できる強力なロビー活動とを享受している広告に対し、反トラスト法は、欺瞞的広告によって作り出された市場支配力を扱うには限られた役割しか持っていない。現代社会において、広告が演ずる消費者情報の増大という重要な役割のためには、より効率的で有効な公共政策を展開するための継続的な努力が肝要であるということであろう。

(4) 1970 年代以降における環境規制の強化（1970—1990 年代）：環境保護と自然保護の展開

環境問題への関心は、新しい現象ではない。中世の裁判所は、煙やほこ

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

りの訴訟で論争したし、フィラデルフィアの製靴工場がデラウェア川を汚したため、アメリカにおける最初の環境法といわれる「河川港湾法」が既に1899年に制定されていた。しかし1960年代以降、環境公害に対する関心は新たな高まりを示し、繁栄や生産の増大が同時に公害を増大するという認識を広めた。こうした時期の1962年、女性海洋学者で作家のレイチェル・カーソンが著書『沈黙の春』を発表し、彼女は問題を化学薬品と農薬に絞り、豊富なデータを使って薬品付けになっているアメリカの文明生活に鋭い警告を発した。この本は8年後の1970年、公害防止、自然保護など環境問題をテーマに全米で大規模なデモが行なわれた「地球の日」(“Earth Day”)の発端となり、それがまた1972年のストックホルムでの「国連人間環境会議」に結びつくことになった。

1979年3月28日早朝、ペンシルベニア州のスリーマイル島にある原子力発電所2号機で放射能漏れ事故が発生した。このスリーマイル島の事故と前後して、ニューヨーク州のナイアガラ・フォールズ市で産業廃棄物による公害が摘発された。これは、地元の化学工業会社が長年にわたりベンゼン、クロロホルムといった発癌性物質2万1,800トン余りをナイアガラに廃棄し、1980年5月、EPA(環境保護局)がその地区の住民を調査した結果、染色体の異常が認められたという事件である。1970年代後半から80年代にかけて、この2つの事件のほかにもアメリカ各地で様々な公害訴訟が起って米国民の関心を集め、この時期はアメリカに「環境保護」や「自然保護」という言葉が定着した時代と云ってよい。

以下では、本書で取上げた「環境保護」運動の事例としてマクドナルド社の有形廃棄物削減計画、「自然保護」運動の事例としてスターキスト社(ハインツ子会社)のイルカ保護政策について要約しておくことにする。

① マクドナルド社の有形廃棄物削減計画(1980—1990年代)

1989年10月10日、米国マクドナルド社の社長エド・レンジは、EDF(Environmental Defence Fund. 環境保全基金)の要請に応じて同社の有形廃棄

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

物の削減に積極的に取り組むこととなった。マクドナルド社の新しいパートナーとなった EDF は、1967年にニューヨーク州ロング・アイランドで設立され、それは、卵の殻を薄くすることによって鳥に脅威を与えた殺虫剤 DDT の散布を阻止することを目的としていた。EDF は1990年までに、環境保護のために活躍しているアメリカ国内で最も注目された公益団体の1つとなり、1991年には20万人以上の会員と1,850万ドルの資金を持っていた。1970年代と80年代の EDF は、硫黄噴射と酸性雨の関係の調査、ガソリンの鉛添加物削減に関するロビー活動、いくつかの水資源保護プロジェクトの作成などで活躍し、また1990年の「大気汚染防止法」制定を支援した。EDF の有効な経済的・科学的調査とその実践的な活動は、環境問題のあらゆる団体から高い信頼を集めていた。

1990年8月に、マクドナルド社の4人の上級管理者が、「廃棄物削減のためのタスク・フォース」をつくるために EDF からの化学者と経済学者の2人のスタッフと協力し、翌91年4月、包括的報告書を発表した。報告書による廃棄物削減計画の具体的なものとしては、再使用可能な配送容器や他の資材の導入、丈夫な包装への転換、漂白してない紙製品の使用、新しいリサイクルの拡大計画、合成品の実験、従業員の再教育などの提案を含んでいた。これらの提案によってマクドナルド社は、各店舗が1日平均238ポンド、顧客1人当たり0.12ポンドの有形廃棄物を出していたが、全米8,500のチェーン・レストランの廃棄物を合計で80%以上削減できた。同社の有形廃棄物削減のための具体的な事例としては、17%も軽く、65%リサイクルされた新聞用紙を使用し、漂白しない茶色の配送用ブラウン・バッグの採用、各マクドナルド・レストランで週に300—400個使用していた段ボール箱に35%の古新聞紙を使用したこと、サンドイッチの包装を1975年に従来のボール紙による包装からポリスチレンの包装容器に変更し、次いで1990年11月、環境運動の高まりと共にポリスチレン容器から3枚の紙ラップに変更したこと、などがある。EDF は当然

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

のことながら環境保護に主たる関心があつて、ハンバーガー事業やマクドナルド社の営業目標そのものには関心がない。マクドナルド社は、EDFとの協力に基づくタスク・フォースの経験から、それまで欠けていた環境に対する知識や技術を増大したことは重要であるが、本業はレストラン・サービスであつてパッケージ・メーカーではない。このコスト問題との調整をはかりながら、同社が今後、どのような廃棄物の削減計画を展開していくかが注目される。

② スターキスト社（ハインツ子会社）のイルカ保護政策（1970—1990年代）

スターキスト社は、国内市場の35%以上を占める米国最大のツナ缶詰会社であつた。1963年に、ピッツバーグに本社を持つ缶詰食品会社の多国籍企業H.J. ハインツ社の完全所有子会社となり、スターキスト社はハインツ社の全世界における売上高の約10%、税引前利益の約5%を占めていた。スターキスト社におけるマグロの主要漁場である東部亜熱帯の太平洋漁業区の特徴は、イルカの大群とキハダマグロの一群が同じ水域を泳いでいることであつた。漁民は既に1940年代初頭から、簡単に目に見えるイルカがマグロのすばらしい目印になることを知っていた。両者の関係は1960年代初頭にさらに明確となり、アメリカ漁民は「イルカ漁法」として知られる新しいマグロ漁法を開拓した。これは、回遊しているイルカの周りに壁を作る1マイルの長い網を張り、その後網を引張って底をふさぎ、その中のマグロの1郡を全て捕獲するというもので、この地区におけるマグロ漁業の最も経済的方法となつた。

しかし、広域回遊魚のマグロにとって都合の良いこの漁法は、不幸な事態を招いた。マグロ20トンを捕獲するために平均して500頭のイルカが網にかかり、1960年代から70年代にかけて、毎年数10万頭のイルカが死亡したり傷ついたりした。マグロと異なり、イルカの数の増加には数10年を要する。マグロの寿命は5年以下であるが、メスは毎年数100万

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

の卵を産む。これに対して、イルカの寿命は35年であるが、メスは生涯に12—15の子供しか育てなかった。海洋学者によると、マグロの数は毎年20—40%の割合で再生産されるが、イルカは10%以下であり、この区域のイルカの数に1970年代末までに急速に低下することを心配していた。他の海洋哺乳動物と共にイルカの窮状が1970年代初頭に大衆の関心を集め、自然環境保護運動家や動物愛護活動家が、子供アザラシの打殺し、鯨の捕獲、イルカの大群の水死停止などを要求した。議会は、1972年にMMPA (Marine Mammal Protection Act. 海洋哺乳動物保護法) を制定し、翌1973年に「絶滅の危機に瀕する種に関する法律」(Endangered Species Act) を制定して、これらの活動に対応した。

ハインツ社の社長 J. W. コノリーは、子会社のスターキスト社にも責任を持つピッツバーグ本社の最高責任者であったが、彼は1989年10月、スターキスト社の経営責任者に「イルカ問題」を検討するように強く求めた。翌1990年2月、新しいイルカ政策を検討するための経営者レベルのタスク・フォースが結成され、スターキスト社とハインツ両社の公共問題の担当部門は、「イルカ保護」イベントをアピールするキャッチフレーズを「ツナと環境」と決めた。政策問題チームは、議会メンバーや商務省からの役人との会合を準備し、マグロ調達スタッフは、東部亜熱帯の太平洋漁業区以外の地区から生マグロの供給を確保するため、西太平洋漁場と短期のマグロ契約を結び、マグロの備蓄を行なった。上級管理者は、従業員、仲介業者、漁民、大規模食料品店チェーン、他の主要な顧客（ホテルやレストラン）に新しい方針を告知する手紙を準備し、マーケティング部門は「イルカ保護」のラベルをデザインした。かくして1990年4月11日、ハインツ社の取締役会は「イルカ保護」の新しい方針を満場一致で承認し、翌4月12日に記者会見によってその内容を発表した。主たるポイントは、「イルカ漁法」の放棄と代替的な「丸太漁法」（丸太か他の大きな海の浮き荷の周りに網を張る漁法）の導入、「イルカ保護」のツナ缶詰のみの販売、他の地域

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

でのマグロ調達による追加コストの「ツナ缶詰め」価格への転嫁（具体的には、「ツナ缶詰」の21セント程度の値上げ）、などである。アメリカ議会も1990年12月、「イルカ保護に関する消費者情報の法律」を通過し、ツナ缶詰生産者の対応すべき基準として同製品に「イルカ保護」のラベルを付けることを要求した。こうした一連の行動の結果、スターキスト社のツナ缶詰市場におけるシェアは1990年の38%から1993年の約40%に増加したが、ツナ缶詰の総売上高は低下した。「イルカ保護」運動は、パブリシティ活動としては良好であったが、消費者行動への好転に結びつけることはできなかったということである。

以上、我々はこれまで、アメリカ食品製造業に対する「社会的・環境規制」の過去100年に及ぶ歴史的変遷過程を検討してきたが、それらは、「食品安全・品質確保の時代」（1880—1900年代）、「禁酒法時代」（1919—1933年）と「ニューディール期の食品安全強化時代」（1933—1938年）、「第2次大戦後の消費者情報保護と広告規制時代」（1950—1980年代）、「1970年代以降の環境規制時代」（1970—1990年代）と、めまぐるしく変化してきたことが明らかである。1980年代は、大企業の利益を強引に推し進めたレーガン政権（1981年1月—89年1月）の下で、政府は規制緩和による経済活性化を基本政策として打ち出すことになり、消費者運動も反消費者政策を食い止めるのに精一杯となった。しかし、1990年に「大気汚染防止修正法」「公害防止法」、1996年には「食品品質保護法」（発癌性の残留農薬規制の強化）が制定されるなど、それまでの「健康」「安全」とならんで「環境規制」が基本的課題となったことが注目される。本書では、経営史の新たな研究テーマの1つとなった環境問題について限られた事例しか検討できなかったが、今後一層のケース・スタディを積み重ねていくことが肝要となろう。

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

参 考 文 献

- John M. Connor, Richard T. Rogers, Bruce W. Marion, Willard F. Mueller, *The Food Manufacturing Industries: Structure, Strategies, Performance, and Policies*, D. C. Heath and Company, 1985.
- 小倉武一監修『アメリカの食品製造業——構造・戦略・業績・政策——』農山漁村文化協会, 1986年.
- Alfred D. Chandler, Jr., *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*, Harvard University Press, 1990.
- 安部悦生, 川辺信雄, 工藤章, 西牟田祐二, 日高千影, 山口一臣訳『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.
- G. Harry Stine, *The Corporate Survivors*, Scott Meredith Literary Agency, Inc., 1986.
- 鳥羽欽一郎訳『生き残る会社・消える会社——データにみるサバイバルの条件』TBSブリタエカ, 1986年.
- A. C. Hoffman, *Large-Scale Organization in the Food Industries*. Monograph No. 35. Washington, D. C. : U. S. Temporary National Economic Committee, 1940.
- William H. Nicholls, *A Theoretical Analysis of Imperfect Competition with Special Application to the Agricultural Industries*, Iowa State College Press, 1941.
- Rober B. Tennant, *The American Cigarette Industry*, Yale University Press, 1950.
- Robert L. Clodius and Willard F. Mueller, "Market Structure Analysis as an Orientation for Research in Agricultural Economics", *Journal Farm Economics*, 49 (1961). pp. 515-553.
- National Commission on Food Marketing. *Food From Farmer to Consumer*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *Organization and Competition in the Livestock and Meat Industry*. Technical Study No. 1. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *Organization and Competition in the Poultry and egg Industries*. Technical Study No. 2. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *Organization and Competition in the Dairy Industry*. Technical Study No. 3. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *Organization and Competition in the Fruit and Vegetable Industry*. Technical Study No. 4. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.

- . *Organization and Competition in the Milling and Baking Industry*. Technical Study No. 5. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *Studies of Organization and Competition in Grocery Manufacturing*. Technical Study No. 6. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *The Structure of Food Retailing*. Technical Study No. 7. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- . *The Structure of Food Manufacturing*. Technical Study No. 8. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1966.
- W. Smith Greig, *The Economics of Food Processing*, Wesport Connecticut, 1971.
- Thomas Horst, *At Home Abroad : A Study of the Domestic and Foreign Operations of the American Food-Processing Industry*, Ballinger, 1974.
- John M. Connor, *The U. S. Food and Tobacco Manufacturing Industries : Market Structure, Structural Change, and Economic Performance*. Agricultural Economic Report No. 451. Washington D. C. : Economics, Statistics and Cooperatives Service, U. S. Department of Agriculture, 1980.
- John R. Moore and Richard G. Walsh, *Market Structure of the Agricultural Industries : Some Case Studies*, Iowa State University Press, 1966.
- Alden C. Manchester, *Market Structure, Institutions, and Performance in the Fluid Milk Industry*. Agri. Econ. Report 248. Washington, D. C. : Economic Research Service, U. S. Department of Agriculture, 1974.
- Hugh L. Cook, et al., *The Dairy Subsectors of American Agriculture : Organization and Vertical Coordination*, Monograph 5. Madison Wisconsin, 1978.
- Sheldon W. Williams, et al., *Organization and Competition in the Midwest Dairy Industries*, Iowa State University Press, 1970.
- J. A. Brandt, B. C. French, and Ed Jesse, *Economic Performance of the Processing Tomato Industry*. Bull. No. 1888, University of California, 1978.
- Ronald W. Ward and Richard L. Kilmer, *The United State Citrus Subsector : Organization, Behavior, and Performance*. Monograph No. 8, Madison Wisconsin, 1980.
- Donald Ricks, Larry Hamm, and W. C. Chase-Lansdale, *The Tart Cherry Subsector of U. S. Agriculture : A Review of Organization and Performance*. Monograph No. 12, Madison Wisconsin, 1982.
- Douglas F. Greer, *Advertising and Competition*, Ph. D. thesis, Cornell University,

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

1968.

- Walter G. Heid, *Changes in the Market Structure of the Breakfast Food Industry* : Mktng. Res. Report No. 623. Washington, D. C. : Economic Research Service, U. S. Department of Agriculture, 1963.
- F. M. Scherer, *The Breakfast Cereal Industry*, in *The Structure of American Industry*, 7 th ed., edited by Walter Adams, Macmillan, 1986.
- 金田重喜監訳『現代アメリカ産業論 (第7版)』創風社, 1987年.
- Richard G. Walsh and Bert M. Evans, *Economics of Change in Market Structure, Conduct, and Performance : The Baking Industry, 1947-1958*, University of Nebraska Press, 1963.
- David A. Storey and Paul L. Farris, "Market Performance in the Baking Industry", *Journal Marketing* 28 (1964), pp. 19-25.
- Russel C. Parker, "The Baking Industry", *Antitrust Law & Economic Review* 2 (1969), pp. 111-122.
- Robert Bohall, et al., *The Sugar Industry's Structure, Pricing, and Performance*. Agri. Econ. Report No. 364. Washington, D. C. : Economic Research Service, USDA, 1977.
- Keith B. Anderson, Michael P. Lynch and Jonathan D. Ogur, *The U. S. Sugar Industry: A Staff Report to the FTC*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office, 1975.
- Alfred S. Eichner, *The Emergence to Oligopoly : Sugar Refining as a Case Study*, Johns Hopkins University Press, 1969.
- Douglas F. Greer, "Product Differentiation and Concentration in the Brewing Industry", *Journal Industrial Economics* 19 (1971), pp. 201-219.
- Kenneth Fraundorf, "The Social Costs of Packaging Competition in the Beer and Soft Drinks Industries", *Antitrust Bulletin* (Winter 1975), pp. 803-831.
- Kenneth Elzinga, "The Restructuring of the U. S. Brewing Industry", *Industrial Organization Review* 1 (1973), pp. 101-114.
- Charles Keithahni, *The Brewing Industry*. A staff report of the Bureau of Economics, Federal Trade Commission. Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office, 1979.
- Raymond J. Folwell and John L. Baritelle, *The U. S. Wine Market* : Agric. Econ. Report No. 417. Washington, D. C. : Economic Resource Service, U. S. Department of Agriculture, 1978.
- Ira Taylor Whitten, *Brand Performance in the Cigarette Industry and the Advantage*

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

- to *Early Entry, 1913-74*. An economic report to the Federal Trade Commission. Washington, D. C. U. S. Government Printing Office, 1979.
- Robert H. Miles, *Coffin Nails and Corporate Strategies*, Prentice-Hall, Inc., 1982.
- Federal Trade Commission. *Report of Federal Trade Commission on the Meat Packing Industry*. Washington, D. C. : Government Printing Office. 1919.
- . *Conditions in the Flour-Milling Business*. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1932.
- . *Sale and Distribution of Milk Products in Connecticut and Philadelphia Markets*. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1935.
- . *Sale and Distribution of Milk Products in Connecticut and Philadelphia Milk Sheds*. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1936.
- . *Agricultural Income Inquiry*. 3 vol. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1938.
- . *Economic Inquiry into Food Marketing. Part II : The Frozen Fruit, Juice, and Vegetable Industry*. Staff Report. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1962.
- . *Economic Inquiry into Food Marketing. Part III : The Canned Fruit, Juice, and Vegetable Industry*. Staff Report. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1965.
- . *Economic Report on Structure and Competitive Behavior of Food Retailing*. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1966.
- . *Economic Report on the Baking Industry*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1967.
- . *Enforcement Policy with Respect to Mergers in Food Distribution*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1967.
- . *Enforcement Policy with Respect to Product Extension Mergers in Grocery Products Manufacturing*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1968.
- . *Economic Report on the Influence of Market Structure on the Profit Performance of Food Manufacturing Companies*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1969.
- . *Economic Report on Corporate Mergers*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1969.
- . *Statistical Report: Value of Shipments Data by Product Class for the 1,000 Largest Manufacturing Firms of 1950*. Washington, D. C. : U. S. Gov-

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

- ernment Printing Office. 1972.
- . *Conglomerate Merger Performance*. Staff Report. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1972.
- . *Economic Report on the Dairy Industry*. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1973.
- . *In the Matter of Borden, Inc.*, FTC Docket No. 8978, Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1976.
- . *In the Matter of Kellogg Co., General Mills, Inc., and General Foods Corp.*, FTC Docket 8883, Initial Decision, Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1981.
- . *Statistical Report on Mergers and Acquisitions*, 1979. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1981.
- . *ITT Continental Baking Company, Inc.*, FTC Docket No. 9000, Initial Decision, May 1, 1981. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1981.
- . *Grand Union Co.*, FTC Docket No. 9121, Initial Decision, October 30, 1981. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1981.
- . *Annual Line of Business Report*, 1976 (and previous years). Statistical Report of the Bureau of Economics to the Federal Trade Commission. Washington, D. C. : U. S. Government Printing Office. 1982.
- . *Benefits and Costs of the Federal Trade Commission's Line of Business Program*. Vol. 1 (September). 1982.
- . *In the Matter of General Foods Corp.*, FTC Docket 9085, Initial Decision. Washington, D. C. : Federal Trade Commission. 1982.
- Joe S. Bain, *Industrial Organization*, 2nd Edition, John Wiley & Sons, Inc., 1968.
- 宮澤健一監訳『産業組織論（上・下）』丸善株式会社. 1970年.
- 安部悦生, 壽永欣三郎, 山口一臣著『ケースブック・アメリカ経営史』有斐閣. 2002年.
- 植草 益編『社会的規制の経済学』NTT出版. 1997年.
- 嘉田良平著『世界の食品安全基準』農山漁村文化協会. 1997年.
- 松田裕之著『労働者文化の胎動—精肉都市の光と陰—』清風堂書店出版部. 1999年.
- 岡本 勝著『アメリカ禁酒運動の軌跡—植民地時代から全国禁酒法まで—』ミネルヴァ書房. 1994年.
- 『禁酒法＝「酒のない社会」の実験』講談社. 1996年.

アメリカ食品製造業の発展概要：独占規制と環境規制の展開を中心として

上野堅實著『タバコの歴史』大修館書店、1998年。

岡島成行著『アメリカの環境保護運動』岩波書店、1990年。

(付記) 本稿を作成するに当り、成城大学経済学部の相原 章専任講師と早稲田大学大学院商学研究科学生の関 千里君から資料収集について御協力いただいた。記して感謝の意を表しておきたい。