

第2章 カナダ⁵³

1. カナダの供給管理政策

1.1. はじめに

生乳・乳製品及び家禽類産業（鶏肉、鶏卵、種卵、七面鳥）はカナダ国内で販売される農産物の約2割を占める重要な部門である。カナダ政府は、これらの農産物を供給管理政策のもとに置き、これら農産物の産業を発展させてきた。TPP、日・カナダ経済連携協定、カナダ・EU自由貿易協定など国際的な自由貿易の流れの中、国境措置と密接な関係のある供給管理政策は今後の取扱いが注目されている。

1.2. 供給管理政策の概要

供給管理政策は、生乳・乳製品及び家きん類（鶏肉、七面鳥、種卵、鶏卵）を対象とし、品目毎にこれら農産物の需給を管理することで、これら農産物の生産者に対して適切な所得を確保するとともに、消費者にこれら農産物を適正な価格で安定的に供給することを目的としている。供給管理政策は、生産者に対する生産・出荷割当、生産者価格の設定、輸入規制の3つの大きな柱によって構成されており、法令に基づき設立された農産物マーケティング・ボードがこの3つの柱を実施している。農産物マーケティング・ボードは、連邦の農産物マーケティング・ボードと州の農産物マーケティング・ボードに分かれ、それぞれ品目毎に設置されている。連邦の農産物マーケティング・ボードは全国的な販売計画の策定、全国的な生産・出荷割当の設定と州の農産物マーケティング・ボードへの生産・出荷割当の配分等を、州の農産物マーケティング・ボードは生産者への生産・出荷割当の配分、生産者価格の設定、割当超過に対する措置等を行っている。

(1) 制度改正の変遷

供給管理政策の歴史は、20世紀前半の第一次・第二次世界大戦下の農産物の価格と供給安定を目的とした政策にまで遡る。農産物の販売を組織化する取組みは、1920年代から自主的に始まり、1949年の農産物マーケティング法⁵⁴制定に伴い、1950年代に各州において各品目の農産物マーケティング・ボード、なかでも鶏卵と鶏肉のマーケティング・ボードが多数設立された。

これらのボードは州内の需給調整や生産者価格の決定を通じた供給管理を実施したが、1960年代末に全国的な農産物の生産過剰問題を背景とした州間紛争、いわゆる「鶏肉・鶏卵戦争（Chicken-Egg Wars）」が起きた。いくつかの州はその州の鶏卵マーケティング・ボードが認可した機関で等級付けし包装した卵製品しか販売させないとして、他の州からの鶏卵流入を制限したのである。これに対し、報復措置をとる州が出現し、これらの州の間で深刻な対立を引き起こした。この争いにより、州毎に設立された農産物マーケティング・ボードが州を越えた全国的な農産物過剰問題に対する調整能力を持たないことが明ら

⁵³ 本章は主として松原委員が監修した。

⁵⁴ Agricultural Products Marketing Act

かとなった⁵⁵。

これを契機に、家きん類の供給管理政策においては、農産物エージェンシー法⁵⁶が1972年に制定され、全国の販売計画の導入とその運営を行う品目別の連邦の農産物マーケティング・ボードの設立、並びにそれらを監督するカナダ農産物協議会（National Farm Products Council）⁵⁷が設立された。同法により、連邦政府の下で品目毎の連邦の農産物マーケティング・ボードが国際貿易や州際取引を規制するのに対し、州政府の下で州の農産物マーケティング・ボードが州内取引を規制するという現在の供給管理政策の体制が構築された⁵⁸。

また、生乳・乳製品の供給管理においても、1950年代に発生した生乳の供給過剰による乳価の下落や1960年代前半に起きたバターの過剰生産問題を契機に、州内だけの生乳の需給調整に限界が生じ、州間の需給調整が必要となった。これに伴い、州際取引や輸出取引のための全国的な加工乳の供給管理のための制度や組織を整備することを目的に、1966年にカナダ酪農委員会法⁵⁹が制定された。同法に基づき、同年に全国的な加工乳の供給管理を実施するカナダ酪農委員会（Canadian Dairy Commission, 以下CDC）とカナダ酪農委員会の諮問機関であるカナダ生乳供給管理委員会（Canadian Milk Supply Management Committee, 以下CMSMC）が設立された。また、連邦組織の設立以降、各州に生乳マーケティング・ボードが設立され、カナダ酪農委員会、カナダ生乳供給管理委員会、各州の生乳マーケティング・ボードによる現在の供給管理体制が構築された。

（2）現在の制度の概要

供給管理政策においては、生産者に対する生産・出荷割当⁶⁰、生産者価格の設定、輸入規制の3つの大きな柱によって構築されている。

（i）生産・出荷割当

供給管理政策の第一の柱は生産・出荷割当である。生産・出荷割当とは、全国の需要量等を基に決定される国内総生産量を基に設定されるもので、最終的に個々の生産者に配分される。生産・出荷割当は、最初に連邦の農産物マーケティング・ボードが全国の需要量等を基に年間総生産量を決定し、これに基づき生産者に対する総生産・出荷割当を決定し、これを各州の農産物マーケティング・ボードに配分する。配分を受けた州の農産物マーケティング・ボードは州内の個々の生産者に生産・出荷割当を配分する。

連邦の農産物マーケティング・ボードによる州の農産物マーケティング・ボードへの生産・出荷割当の配分は、過去の配分実績、各州の消費量、市場動向調査等を経て決定しているが、その配分を巡っては州の農産物マーケティング・ボードの代表者による激しいや

⁵⁵ 松原豊彦「カナダの農産物マーケティング・ボード—その現状と課題—」66-67頁。

⁵⁶ Farm Products Agencies Act

⁵⁷ 以前は、全国農産物マーケティング協議会（National Farm Products Marketing Council）と呼称されていた。

⁵⁸ 経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD諸国の農業政策（中巻）』大明堂、111頁。

⁵⁹ Canadian Dairy Commission Act

⁶⁰ 割当には生産割当と販売割当がある。両者の割当数はほぼ同数である場合が多い。

りとりが毎年展開される⁶¹。

一方、州の農産物マーケティング・ボードによる州内生産者への生産・出荷割当の配分では、基本的に過去の生産量に基づき決定される場合が多い。

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する生産を行い、州の生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、連邦の農産物マーケティング・ボードと州の農産物マーケティング・ボードは以下の3つの手法により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。第一の手法として、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず、生産・出荷割当を超過して出荷した場合に、州の農産物マーケティング・ボードは生産者に対して超過分に対する課徴金を課す。第二の手法として、生産者が生産・出荷割当を超過または下回って出荷した場合、差分と同量の生産・出荷割当量を翌月、翌年または一定期間後の生産・出荷割当量から削減する。なお、州の農産物マーケティング・ボードによっては、生産者が一時的に上回る生産・出荷をした場合に、一定の上限まで生産・出荷超過を認め、超過分を一定期間の総生産・出荷割当中で調整することを認めている場合もある。第三の手法として、生産者が生産・出荷割当の規則を順守しない場合、連邦の農産物マーケティング・ボードの権限のもと州の農産物マーケティング・ボードが生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する。これらの3つの手法に関する規定の内容は農産物ごと、州ごとに独自に定められるが、いずれの農産物においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するために連邦の農産物マーケティング・ボードと州の農産物マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

このほか、同一州内の生産者間の生産・出荷割当の売買取引は認められており、州のマーケティング・ボードが仲介を行っている。なお、州内生産者は出荷数量に応じて州の農産物マーケティング・ボードに連邦及び州のマーケティング・ボードを運営するための運営賦課金を支払っている。

(ii) 生産者価格の設定

供給管理政策における第二の柱は価格である。生産者価格の設定は、生産者の収入安定を図ることを目的としている。ここでいう価格とは、農産物の農場出荷価格である。

生産者価格は主に州の農産物マーケティング・ボードが決定しているが、その設定の方法は農産物の種類や州の方針により異なる。鶏肉のように生産コストを基準として生産者価格を設定するものや生乳・乳製品のように連邦政府による買い上げ制度の支持価格を基準として生産者価格を設定するものもある⁶²。

(iii) 関税規制

供給管理政策における第三の柱は輸入規制である。生産・出荷割当による需給調整と生産者価格の設定による生産者の収入の安定を確保するためには、輸入農産物を適切に管理することが必要である。このための水際措置として、関税割当(TRQs)が実施されている。

⁶¹ 配分の決定方法は過去の割当量や各州の消費量（人口数）を基にするが、生産における各州の比較優位が考慮されていないとの指摘がある。

⁶² 消費者への販売価格は個別の市場の経済要因により決定される。

関税割当制度は WTO 協定のもとで導入された。同制度では、総輸入量の 5% 程度にあたる関税割当枠内は無税又は低い税率で輸入できるが、関税割当枠を超える部分については高い二次関税率が課される。表 2-1 に見られるように、牛乳 241.3%、バター 298.5%、チーズ 245.6%、鶏肉 238.3%、鶏卵 154.7-274.5%、七面鳥 154.7-165.3% という高率関税であり、実質的な輸入禁止措置ともいえる。

表 2-1 カナダの二次関税率

品目	二次関税率(%)
牛乳	241.3
ヨーグルト	237.5
バター	298.5
チーズ	245.6
鶏卵	154.7-274.5
鶏肉	238.3
七面鳥肉	154.7-165.3

出所：カナダ関税譲許表
http://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/canada_e.htm

1.3. 生乳・乳製品の供給管理政策について

(1) 産業の動向

生乳・乳製品産業はカナダの農業・食品業において重要な地位を占める。生乳生産量は 78.2 億リットル（2013 年）である。表 2-2 の州別の生乳生産を見ると、生産量はケベック州が約 38%、オンタリオ州が約 33% を占めている。また、生産者数でもケベック州が約 49%（5,915 戸）、オンタリオ州が約 33%（4,036 戸）を占めており、生乳生産は東部地域に集中している。

生乳生産者の純所得額は 13 万ドル⁶³（2012 年）である。図 2-12 を見ると、生乳生産者の所得はこの 10 年間安定して推移している。秩序ある供給管理政策のもとで、生乳価格は一定水準に保証され、農家の所得の安定化が実現されている。

⁶³ 断りがない限りカナダドルを指すこととする。1 カナダドル=91.07 円（2014 年 2 月 25 日の TTB レート）

図 2-1 カナダの地図



表 2-2 州別の牛乳生産量（2013 年）及び酪農場数（2011 年）

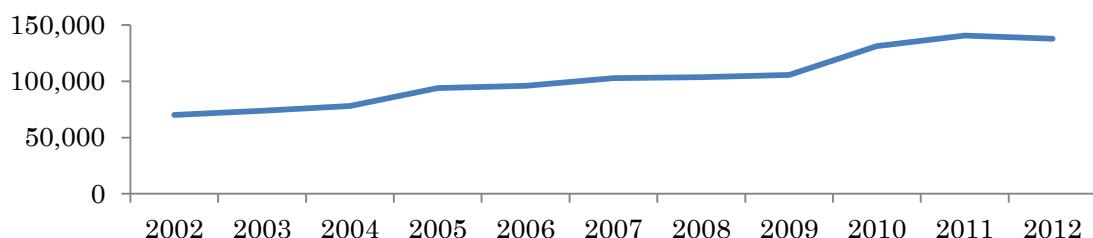
(単位：百リットル、戸)

州名	生産量	%	農家戸数	%
ケベック州	29,390,984	37.6%	5,915	48.5%
オンタリオ州	25,476,072	32.6%	4,036	33.1%
ブリティッシュコロンビア州	6,714,342	8.6%	587	4.8%
アルバータ州	6,537,742	8.4%	485	4.0%
マニトバ州	3,171,474	4.1%	141	1.2%
全国	78,197,966	100.0%	12,207	100.0%

出所：Canadian Dairy Information Centre（生産量）、カナダ農業センサス 2011（農家戸数）

図 2-2 全国の酪農家の純所得額の推移

(単位：ドル)



出所：Statistics Canada

生乳は、用途で飲用向けと加工向けに大別される。表 2-3 を見ると、2012 年の農場出荷量のうち、飲用向けは約 37%、加工向けは約 63%を占める。

表 2-3 飲用乳及び加工乳の出荷比率

(単位：百万リットル)

	2009		2010		2011		2012	
	出荷量	%	出荷量	%	出荷量	%	出荷量	%
農場総出荷量	7,653	100.0%	7,666	100.0%	7,764	100.0%	7,964	100.0%
飲用乳向け	3,008	39.3%	3,018	39.4%	2,987	38.5%	2,951	37.1%
加工乳向け	4,645	60.7%	4,648	60.6%	4,777	61.5%	5,013	62.9%

出所：Statistics Canada

表 2-4 のカナダの乳製品の 2013 年の貿易額は、輸入が約 7.5 億ドル、輸出が約 2.6 億ドルであり輸入超過である。最近の貿易相手地域をみると、輸出は北米が約 45%と最も多く、アジアも約 20%を占めるようになっている。一方、輸入は北米が約 50%を占め、次いで EU が約 30%を占める。全体として米国が最大の貿易相手国である。

表 2-5 のとおり 2013 年の乳製品の輸出総量は 2.8 万トンである。主な輸出品目はチーズ（約 1.2 万トン）、脱脂粉乳（約 1.3 万トン）、バター（約 0.35 万トン）などとなっている。

表 2-4 地域別の乳製品の輸出入額と比率（2013）

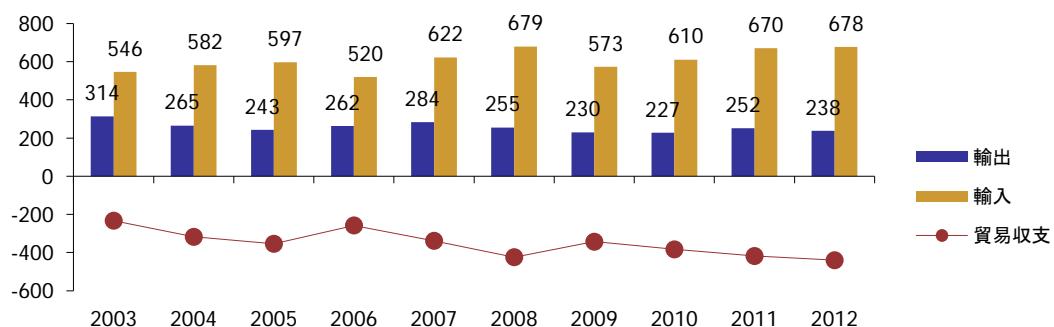
(単位：ドル)

地域名	輸出	%	輸入	%
アフリカ	24,496,674	9.3%	64,661	0.0%
アジア	51,414,477	19.5%	2,587,636	0.3%
中米	21,800,650	8.3%	294,527	0.0%
EU	15,065,858	5.7%	221,952,735	29.5%
その他欧州	9,160	0.0%	49,564,582	6.6%
中等	19,743,605	7.5%	957,311	0.1%
北米	117,967,741	44.8%	378,327,568	50.3%
オセアニア	2,785,092	1.1%	59,968,488	8.0%
南米	9,919,112	3.8%	38,890,909	5.2%
合計	263,202,369	100.0%	752,608,417	100.0%

出所：Canadian Dairy Information Centre

図 2-3 乳製品の貿易動向（輸出入、貿易収支）

(単位：百万ドル)



出所：Canadian Dairy Information Centre

表 2-5 カナダの乳製品輸出（全世界）

(単位：トン)

乳製品名	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
バター	247	43	816	3,695	177	58	122	931	134	333	3,482
チーズ	6,879	5,935	4,707	4,794	4,802	5,143	4,166	2,834	2,376	1,523	2,896
プロセスチーズ	194	72	70	87	103	24	68	50	47	95	263
その他チーズ	4,421	5,090	5,819	5,819	5,036	4,692	5,636	6,309	6,732	8,409	8,707
加工用濃縮乳	37,179	11,122	2,370	2,342	1,189	175	512	151	435	1,504	308
脱脂粉乳	36,046	15,926	5,604	13,236	14,018	10,669	10,400	6,100	9,871	10,447	12,658
合計	84,966	38,188	19,386	29,973	25,325	20,761	20,904	16,375	19,595	22,311	28,314

出所：Statistics Canada

表 2-6 のカナダと各国の乳価の比較を見ると、カナダの乳価は 64 円であるのに対し、米国の乳価は 29 円、EU の乳価は 30 円となっており、カナダの乳価が相対的に高い。これは 1.3(3)(ii)で後述する供給管理制度下の価格決定の仕組みと大きく関係している⁶⁴。

⁶⁴ 豪州においては 2000 年の酪農改革後、全ての助成や規制は撤廃され、価格決定権を有していた全てのボードは実質的に解体された。改革後の生産規模の拡大や労働生産性の向上により、乳価は比較的低い水準に維持されている。

表 2-6 米国、オセアニア、EU、カナダ、日本の乳価の比較

(単位 : 円/kg)

総合乳価	
カナダ	64
日本	90
EU	30
NZ	45
豪州	33
米国	29

注: カナダ以外の乳価は 2010 年度平均生産者乳価を 2012 年 9 月為替レートにて試算、日本 の乳価は北海道の国内総合乳価、カナダの乳価は 76.45 (ドル/hl) 2012/2013 年を 2012 年 9 月為替平均レート (81.41 円/\$) より算出。

出所: 食糧・農業・経済研究会、Canadian Dairy Information Centre

(2) 制度創設の経緯及びその変遷

1930 年代のカナダでは生乳生産構造は二重構造であり、飲用乳市場と加工乳市場とに分かれていた。生産者は飲用乳市場向けのみに特化した生産者と、加工乳市場向けのみに出荷する生産者とに分かれていた。飲用乳生産者間では生産・出荷割当制度が導入されていたが、加工乳生産間には生産・出荷割当制度がなく、飲用乳生産者と加工乳生産者との間で需給を調整する仕組みが整っていなかった。1950 年代から生乳の供給過剰による乳価の下落や生産者と加工業者間の収入格差が問題となり始め、1960 年代前半には非常に高い価格支持水準に起因するバターの過剰生産が生じ、これらの過剰バターを大量に輸出せざるをえない状況に陥った⁶⁵。州内だけの生乳の需給調整に限界が生じ、州間の調整が必要となると、州際取引や輸出入取引のための全国的な加工乳の供給管理のための制度や組織を整備することを目的として、1966 年にカナダ酪農委員会法が制定された。同法に基づき、同年、全国的な加工乳の供給管理を実施するカナダ酪農委員会とカナダ酪農委員会の諮問機関であるカナダ生乳供給管理委員会が設立された。連邦組織の設立以降、各州に生乳マーケティング・ボードが設立された。こうして、カナダ酪農委員会、カナダ生乳供給管理委員会、各州の生乳マーケティング・ボードによる現在の体制が確立された。

(3) 現在の制度概要

(i) 生産・出荷割当

生乳・乳製品における供給管理制度は、生乳に対して生産・出荷割当が行われる。生乳の生産・出荷割当は、飲用乳、加工乳で管理主体が異なっている。飲用乳は各州の生乳マーケティング・ボードが管理する一方、加工乳はカナダ酪農委員会が管理する。

生産・出荷割当では、まず州の生乳マーケティング・ボードが州内の飲用乳需要を踏まえ、州内の飲用乳の生産・出荷割当数量を決定する。これを受け、カナダ酪農委員会が国

⁶⁵ 経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD 諸国の農業政策（中巻）』大明堂、126-127 頁。

内の加工乳の生産・出荷割当数量を決定するための全国生乳出荷計画の原案を作成し、カナダ生乳供給管理委員会がこれを決定する。カナダ生乳供給管理委員会は、同計画に基づく加工乳の生産・出荷割当を州の生乳マーケティング・ボードに配分する（表 2-7）。これは出荷割当配分（Marketing Sharing Quota, 以下 MSQ）という。MSQ は生乳の特別分類制度に基づきクラス別に細かく分かれる（特別分類制度については、(ii) (a) 参照）。カナダ生乳供給管理委員会から MSQ を配分された州の生乳マーケティング・ボードは、飲用乳の生産・出荷割当数量と合わせた生乳の生産・出荷割当数量を生乳生産者に配分する。表 2-8 の 2012 年の州別の出荷割当配分では、ケベック州が約 44%を占め、次いでオンタリオ州が約 32%を占めている。

表 2-7 加工乳生産量及び生産・出荷割当数量 (MSQ)

(単位：バターファットベース/百万 kg)

年	MSQ
2009	179.0
2010	183.3
2011	189.7
2012	187.6
2013	189.5

出所：Canadian Dairy Information Centre

表 2-8 州別 MSQ 比率 (2013)

州名	%	バターファットベース /百万 kg
ニューファンドランド・ラブラドール州	0.0%	0.0
プリンスエドワードアイランド州	1.6%	3.1
ノバスコシア州	1.4%	2.7
ニューブランズウィック州	1.2%	2.4
ケベック州	44.1%	83.6
オンタリオ州	32.1%	60.8
マニトバ州	3.7%	7.0
サスカチュワン州	2.7%	5.0
アルバータ州	6.9%	13.0
ブリティッシュコロンビア州	6.3%	12.0
合計	100.0%	189.5

出所 : Canadian Dairy Information Centre

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する生乳生産を行い、州の生乳生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、カナダ酪農委員会と州の生乳マーケティング・ボードは 3 つの手法（第一に生産・出荷割当の超過分に対する課徴金の賦課、第二に生産・出荷割当を超過または下回る出荷に対する生産・出荷割当の削減、第三に生産・出荷割当ライセンスの停止（1.2 (3) (i) を参照））により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。例えば、オンタリオ州の生乳の生産・出荷割当の管理⁶⁶に関しては、第一に、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず生産・出荷割当を超過して出荷した場合でもオンタリオ州酪農家団体 (Dairy Farmers of Ontario, 以下DFO) は生産者に対して課徴金を課していない。第二に、生産者が生産・出荷割当を超過して出荷した場合、オンタリオ州酪農家団体は、ひと月の生産・出荷割当量に対する上限 10 日分の生産超過を認め、超過分を翌月の生産・出荷割当量と調整できるよう生産量に一定の柔軟性を与えていている。しかし、最終的な年間の出荷量は各生産者が保有する年間の総生産・出荷割当量に一致するよう生産者に求めている。さらに、年間の総生産・出荷割当を超過または下回って出荷する生産者に対しては生産・出荷割当を削減する（オンタリオ牛乳法⁶⁷第 7 条）。第三に、生産者が生産・出荷割当規則を順守しない場合、カナダ酪農委員会の権限のもとオンタリオ州酪農家団体が生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する(酪農製品販売規則⁶⁸第 7 条, DFO牛乳一般規則 11/13⁶⁹

⁶⁶ オンタリオ州の生産・出荷割当政策に関する規定一覧

(<https://www.milk.org/Corporate/View.aspx?Content=Farmers/ProgramsAndPolicies>) (2014 年 3 月 1 日参照)

⁶⁷ Ontario Milk Act

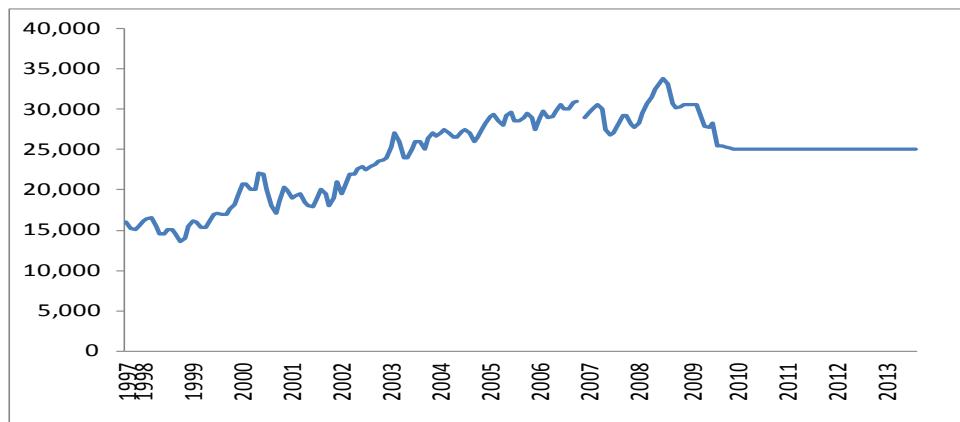
⁶⁸ Dairy Products Marketing Regulations

⁶⁹ DFO Milk General Regulation 11/13

第4条)。このようにオンタリオ州の場合、第二及び第三の手法により生産者に対する生産・出荷割当を管理している。生産・出荷割当の管理手法は各州が独自に定めているが、いずれの州においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するためにカナダ酪農委員会と州の生乳マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

また、生産・出荷割当は、州の生乳マーケティング・ボードの仲介のもと、原則として同一州内の生産者間に限り自由に売買ができる。取引形態は、毎月開催する割当取引市場での取引、親子間の贈与、農場の売却がある。オンタリオ州の場合、オンタリオ州酪農家団体の仲介のもと 1968 年から生産・出荷割当の取引が開始された (DFO牛乳秩序割当政策⁷⁰第3部第5条)。図 2-4 の 1997 年以降の割当売買価格の推移をみると、2008 年頃までは価格が上昇している。2003 年年初に 25,000 ドル/1 キロバターファットだった割当の価格は 2008 年には約 33,000 ドル/1 キロバターファットに上昇した。しかし、2010 年以降は 25,000 ドル/1 キロバターファットで一定となっている⁷¹。

図 2-4 オンタリオ州の生産・出荷割当の売買価格の推移
(単位: ドル/1 キロバターファット)



注：2006 年 11 月のデータはなし。

出所：Canadian Dairy Information Centre

(ii) 生産者価格の設定

生乳・乳製品の供給管理制度においては、州の生乳マーケティング・ボードを中心となり生乳の価格を設定している。この生乳の価格とは生乳の農場出荷価格であり、加工業者から生産者が受け取る価格である。この価格は、特別分類制度 (Special Milk Class Permit Program) に基づき階級別に設定される最低受取価格を指す。

⁷⁰ DFO Milk Allocation Policy

⁷¹ DFO ウェブサイト

(<https://www.milk.org/Corporate/View.aspx?Content=Farmers/QuotaExchangeInformation>) (2014 年 3 月 1 日参照)

(a) 特別分類制度

特別分類制度は、1995 年の WTO 農業協定の発効に伴い、加工乳を弾力的に利用することを目的に生産者への最低受取価格を設定する仕組みとして導入されたもので、その重要さと複雑さからカナダの農業政策において最も注目される制度の一つである。この制度は、すべての生乳に適用され、生乳の最終用途によって階級別に 5 つのクラス（クラス 1 からクラス 5 までに区分）に分類される。さらに同一クラスの中でその用途や構成要素により細かく分類され、この細分類ごとに生産者の最低受取価格が設定される。

表 2-9 にあるように特別分類制度において、クラス 1 は飲用乳、飲用クリーム等向け、クラス 2 はアイスクリーム、ヨーグルト等向け、クラス 3 はチーズ等向け、クラス 4 はバター、脱脂粉乳、練乳等向けで、いずれも国内市場向けとなる。さらにクラス 1 の中でも、飲用乳、飲料乳、飲用クリーム用など用途別に細かく分類される。なお、クラス 1、2 は高級クラスに分類され、クラス 3、4 は低級クラスに分類される。

こうした階級・用途別分類に加えて、脂肪乳、蛋白質、その他固形物といった構成要素別に細分化され、この分類に応じて生産者の最低受取価格が設定される。このため、同じ構成要素であっても、その構成要素の価格はその最終用途により異なる。例えば、バター向けの蛋白質の価格とchedarチーズ向けの蛋白質の価格とは異なる。

クラス 1 の最低受取価格は、州の生乳マーケティング・ボードが決定する。これは加工度が低く腐りやすく、州間輸送の問題から歴史的に州が権限を有してきた⁷²。

一方、クラス 2 からクラス 4 までの最低受取価格は、州の生乳マーケティング・ボードと加工業者との交渉により決定される。

なお、表 2-10 のとおり、カナダ酪農委員会は、バターと脱脂粉乳の年間支持価格 (annual support price)⁷³を毎年設定し、余剰乳処理プログラムを通じて、市場のバター及び脱脂粉乳の在庫が一定水準を超えると年間支持価格で買い上げ、不足すると放出するといった在庫管理を通じた需給調整を実施している⁷⁴。州の生乳マーケティング・ボードと加工業者によるクラス 2 からクラス 4 の生乳価格の交渉では、この年間支持価格が参考されており、この年間支持価格が実質的にクラス 2 からクラス 4 の最低受取価格の下限となっている。このため、結果としてバター、脱脂粉乳以外の乳製品の価格もカナダ酪農委員会の支持価格のもとに管理される。

⁷² 松原豊彦「現代カナダの農業政策」197-198 頁。

⁷³ 年間支持価格はカナダ酪農委員会が生産費調査の結果を踏まえ、ステークホルダーの見解、加工業者の利益、消費者物価指数等を考慮したうえで決定する。

⁷⁴ バター及び脱脂粉乳の在庫調整は余剰乳処理プログラムを通じて実施される。同プログラムには、カナダ酪農委員会による買い上げのほか、加工業者による購入も含まれる（詳細は 1.3 (3) (iv) (b) 余剰乳処理プログラムを参照）。

表 2-9 オンタリオ州のクラス 2-4 の最低受取価格（2012 年 2 月）

クラス	製品	価格			
		バターファット(\$/kg)	プロテイン(\$/kg)	その他固形(\$/kg)	平均価格 (\$/hl)
1(a)	fluid milk and beverages	7.1503	7.7393	7.7393	98.9200
1(b)	fluid creams	7.1503	7.5421	7.5421	97.1200
1(c)milk	new fluid milk products	6.0778	6.5784	6.5784	84.0800
1(c)cream	new fluid cream products	6.0778	6.4110	6.4110	82.5500
2	ice cream, yogurt, sour cream	7.8666	5.9987	5.9987	85.8700
3(a)	cheese and curds	7.8666	14.0056	0.8799	82.9900
3(b)	cheddar cheese	7.8666	13.5468	0.8799	81.4600
4(a)	butter and powder	7.8666	5.4366	5.4366	80.7400
4(a)1	rennet casein, milk protein concentrates	7.8666	2.7000	2.7000	55.7700
4(b)	condensed-evap milk for retail	7.8666	5.5463	5.5463	81.7500
4(c)	new industrial products	Products 15% discount off industrial target price			
4(d)	inventories, pland losses	7.8666	5.4366	5.4366	80.7400
4(m)	marginal markets	Domestic Surplus Milk			

出所:DFO, Annual Report (2012)

表 2-10 年間支持価格

	2009	2010	2011	2012	2013
バター (ドル/kg)	7.10	7.10	7.19	7.28	7.34
脱脂粉乳 (ドル/kg)	6.18	6.18	6.27	6.37	6.42

出所 : Canadian Dairy Information Centre

(iii) 輸入規制

現在、乳製品にはWTO上の輸入規制である関税割当措置が実施されている。同措置によりミニマムアクセスに相当する関税割当枠 (TRQ) と二次関税が設定されている。牛乳、クリーム、バター、チーズなどが対象で、それぞれについて関税割当枠内の一次関税はほぼ無税か、低い水準となっている。関税割当枠を上回る輸入分には高い二次関税率が賦課される。例えば、二次関税率は牛乳 241.3%、クリーム 255.0-295.7%、バター 298.7%、チーズ 245.6% となっている⁷⁵。これら乳製品の平均二次関税率は 237.3% であり⁷⁶、実質的な輸入禁止措置となっている。

(iv) 余剰乳の処理

(a) 特別分類制度における特別クラス

供給管理制度の下では生産・出荷割当により生産量を規制しているが、生産量は季節により変動するため、季節によっては割当枠を超える余剰乳が発生することから、この余剰乳を処理するための特別クラスが導入された。特別クラスはクラス 5 と呼ばれており、その最終用途は、5 (a) (チーズ)、5 (b) (その他輸出用・国内用の加工用生産のための牛乳)、5 (c) (製菓原料用および輸出用)、5 (d) (主に北米向け輸出用) に限定されている。この特別クラスの生乳の処理に当たって、カナダ酪農委員会は特別生乳クラス許可プログラムを実施している。特別生乳クラス許可プログラムは、価格競争が激しい製菓産業にお

⁷⁵ WTO 関税率表

⁷⁶ WTO Trade Policy Review (2011) 96 頁。

いて加工業者に安価な原料乳を提供すること等を目的に、特別クラスの最低受取価格をクラス 2 からクラス 4 の最低受取価格よりも低い価格に設定している。この特別クラス (a) から (c) の価格は、米国や世界の加工原料乳価格を考慮した上で、カナダ生乳供給管理委員会が定める算式により毎月決定される。また、特別クラス (d) の最低受取価格は、カナダ生乳供給管理委員会が定める算式に基づき、カナダ酪農委員会と加工業者や流通業者間で交渉し決定される。特別クラスの最低受取価格は表 2-11 のとおりで、それぞれクラス 5 (a) が 40.73 ドル/ヘクトリットル、クラス 5 (b) が 39.26 ドル/ヘクトリットル、クラス 5 (c) が 33.74 ドル/ヘクトリットルであり、他のクラスの乳製品価格の半分以下に抑制されている。また、特別クラスの生乳を購入する場合、加工業者等はカナダ酪農委員会から許可書を取得しなければならない。2011 年度には 1886 件の許可証が発行された。出荷量はクラス 5 (a) (チーズ) が約 750 万 kg バターファット、クラス 5 (b) (家畜肥料等のその他原料) が約 1,360 万 kg バターファット、クラス 5 (c) (製菓用) が約 500 万 kg バターファットとなっており、クラス 5 (b) が約半分を占める。カナダドル安の影響もあり、加工食品向けの脱脂粉乳や全粉乳の出荷量は前年度 (2,560 万 kg) に比べ 1.5% 増え、2011 年度に 2,600 万 kg となった⁷⁷。なお、以前はクラス 5(e) も存在したが、WTO 紛争上輸出補助金として問題提起され、現在廃止されている。

表 2-11 クラス 5 (平均生産者価格と量)

クラス5 固形ミルク(平均生産者価格と量)		
	価格 (\$/hl)	量(百万キログラムバターファット)
5(a)Cheese	40.73	7.46
5(b)Other ingredients	39.26	13.59
5(c) confectionery	33.74	4.95
合計	38.24	26

出所 : CDC, Annual Report (2012)

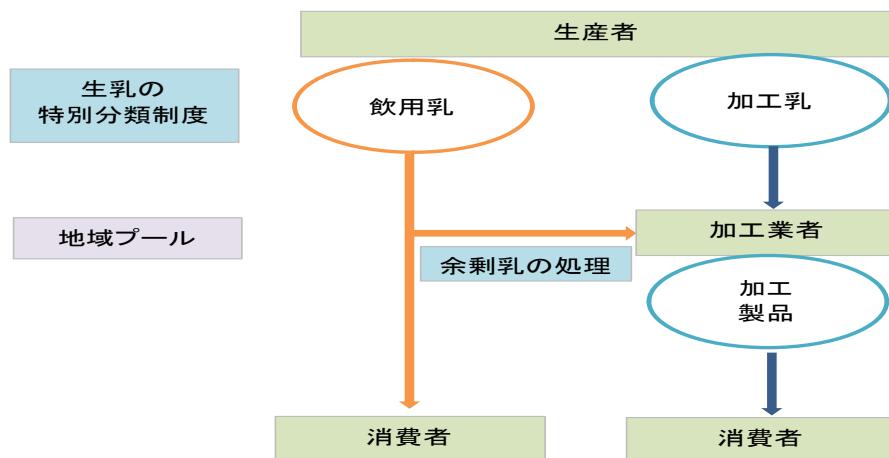
(b) 余剰乳処理プログラム

上記のほか、カナダ生乳供給管理委員会の命令により、カナダ酪農委員会はバターと脱脂粉乳の在庫を一定水準に保つために年間支持価格にて余剰分を買い上げる。この買い上げ制度は同プログラムにより実施される。同プログラムには家畜肥料向けや輸出用にカナダ酪農委員会が買い取る場合や国内の家畜肥料向けに加工業者が購入する場合も含まれる。2011 年度には合計で 79.4 トンのバターと脱脂粉乳が処理された。その約半数にあたる 34.2 トンはカナダ酪農委員会により家畜の肥料用に買い取られた。次いで、13.5 トンが加工業者により家畜の肥料用に買い取られた⁷⁸。

⁷⁷ CDC Annual Report (2012) 24-25 頁。

⁷⁸ CDC Annual Report (2012) 21 頁。

図 2-5 生乳・乳製品の流通過程



出所:MURC 作成

(v) 生産者への支払

生乳・乳製品の供給管理政策においては、特別分類制度に基づき、生産者価格が細かく設定されている。この細分化された生産者価格のもと、合理的かつ均一的に生乳出荷代金を生産者に配分するため、州の生乳マーケティング・ボードの間で地域プール協定が締結されている。現在、地域プール協定は、東部州で構成される東部カナダミルク・プール協定（P5）と西部州で構成される西部プール協定（P4）の2つが締結されており、いずれも生乳の特別分類制度に基づくクラス1からクラス4の生乳を対象としている。東部カナダミルク・プール協定（P5）⁷⁹はオンタリオ州、ケベック州など生産量の多い州が含まれる。東部カナダミルク・プール協定では、東部カナダミルク・プール協定に参加する各州の生乳マーケティング・ボードが、生乳の出荷、販売事業等に関する共通の規則を定めている。東部カナダミルク・プール協定では、プール計算方式に基づき、加工業者から生産者に支払われる生乳出荷代金や生産者が負担する生乳の輸送コスト等はすべて共同で管理され、最終的に生産者に支払われる生乳出荷代金は均一の単価となる。また、生産者への生乳出荷代金は、プール計算方式に基づき支払われる。プール計算方式とは、全ての生産者のクラス1からクラス4の生乳販売収入を一本化した上で、全ての生産者の輸送コストや各州の生乳マーケティング・ボードの販売促進費、運営費などのコストの合計を差し引くことで算出される収益を総出荷量で除して算出される平均乳価に各生産者の出荷総量を掛けて生産者への生乳出荷代金を算出する方法である。西部プール（P4）も基本的に同様であるが、東部カナダミルク・プールは、生乳の販売収入だけでなく、輸送費や販売促進費、その他の諸経費がプール計算の対象となり、最終的に生産者間で均等に分配される。一方、西部プール（P4）⁸⁰はプール計算の対象を販売収入に限定している⁸¹。また、生乳特別分類

⁷⁹ オンタリオ州、ケベック州、ニューブランズウィック州、ノバスコシア州、プリンスエドワード島

⁸⁰ マニトバ州、B.C州、アルバータ州、サスカチュワン州

制度における特別クラスに対する特別生乳クラス許可プログラムの実施により、低価格な生乳の販売に伴う生産者の収入の減少が特定の州に及ばないよう、特別クラスプールに関する包括的協定がカナダ酪農委員会と州の生乳マーケティング・ボードの間で 1995 年から順次締結され、2001 年に全ての州の生乳マーケティング・ボードと締結された。特別クラスプールに関する包括的協定においては、全ての生乳生産者が特別クラスの生乳の販売代金を共有し平等化し、リスクを分散させる仕組みで、特別クラスの処理を平等原則に基づき各州の生産者が平等に負担することを目的とする⁸²。

(4) 生乳・乳製品の供給管理政策における連邦レベル及び州レベルの組織の概要及びその役割

(i) カナダ酪農委員会 (CDC)

カナダ酪農委員会は、1966 年にカナダ酪農委員会法に基づき創設された連邦の生乳マーケティング・ボードである。カナダ酪農委員会は、カナダ特有の政府公社組織で⁸³、議長、委員、最高執行役からなる理事会と理事会から指名される生産者や加工業者、消費者等の関連産業からの代表者からなる。議長、委員、最高執行役の任期は 3 年である⁸⁴。

カナダ酪農委員会は、生乳生産者及び加工業者に対する適切な報酬と消費者への高品質な牛乳・乳製品の継続的且つ安定的な供給を保証することを目的としている（第 8 条）。

カナダ酪農委員会の主な役割は、州際取引における生乳・乳製品の購入、販売及び輸出を通じた全国レベルでの生乳の需給調整、生産・出荷割当の基礎となる全国生乳出荷計画の原案作成、バター及び脱脂粉乳の年間支持価格の設定を通じたクラス 2 からクラス 4 の生乳価格の実質的な下支え、バター及び脱脂粉乳の余剰処理プログラムや特別生乳クラス許可プログラムの実施による余剰乳の処理（第 9 条）、ライセンスの付与（酪農製品販売規則⁸⁵第 7 条）等である⁸⁶。カナダ酪農委員会の主な財源は乳製品の販売のほか、州の生乳マーケティング・ボードから上納されるボードの運営賦課金⁸⁷等である。2011 年度の収入額は 2.9 億ドルである。内訳は乳製品販売が約 2.7 億ドル、州のマーケティング・ボードからの収入（課徴金等）が約 780 万ドル等となっている。また、カナダ政府からはローン貸付を受けている。この金額は 2011 年度に約 1.7 億ドルである⁸⁸。

⁸¹ 二つの地域プールはカナダ酪農委員会に対する单一共同体として協働し、割当超過分に対する罰則や不足分について地域プール協定内での調整を行う。また、最近では P5（東部プール）と P4（西部プール）と一部の地域からなる P10 が組織されている（DFO, Annual Report (2012) 12 頁）。

⁸² 小沢健二「最近のカナダの酪農政策の動向と諸問題」87-89 頁。

⁸³ 連邦の公社組織は政府の機構であり、厳密には機構的に政府から独立しているマーケティング・ボードとは異なるが、農産物の販売を拘束する点でマーケティング・ボードと役割は共通である。

⁸⁴ CDC Annual Report (2012) 13 頁。

⁸⁵ Dairy Products Marketing Regulations

⁸⁶ カナダ酪農委員会は、毎年実施した業務内容をカナダ農業省大臣に報告する義務を負う（第 10 条）。これは、大臣により設立されたカナダ生乳供給管理委員会が決定した全国生乳出荷計画の実施報告を行うためである。

⁸⁷ Dairy Products Marketing Regulations 第 9 条

⁸⁸ CDC Annual Report (2012) Financial Statement

(ii) カナダ生乳供給管理委員会（CMSMC）

カナダ生乳供給管理委員会は、カナダ酪農委員会法に基づき農業大臣が設立する諮問委員会（Consultative Committee）である。カナダ生乳供給管理委員会は、カナダ酪農委員会より選出された議長と各州の生産者や州政府、消費者、加工業者などの全国生乳出荷計画に署名を行った各州の委員 8 名から構成される（第 5 条（1））。（図 2-6）

カナダ生乳供給管理委員会の主な役割は、カナダ酪農委員会が作成した全国生乳出荷計画の審議及び決定である。同計画の審議においては、委員間の調整が必要な場合にはカナダ酪農委員会が合意形成のための調整を行う。また、審議がまとまるとカナダ生乳供給管理委員会委員が署名を行い、同計画が最終的に決定される（第 6 条（1））。このほか、カナダ生乳供給管理委員会は会合を年 4 回開き、生産、消費、輸出等の市場動向など生乳・乳製品の需要を監視し、必要に応じて全国生乳出荷計画の見直しを行う。さらに、カナダ酪農委員会が管理するバター及び脱脂粉乳の在庫状況や酪農製品の販売促進活動の状況等を監視する役割も担う⁸⁹。

(iii) 州の生乳マーケティング・ボード

州の生乳マーケティング・ボードは、各州の条例に基づき設立された組織で、生乳生産が行われているカナダの 10 州に設立される。州の生乳マーケティング・ボードには酪農生産者により設立されるものと州政府により設立されるものがある。このように、州によって組織形態は異なるものの、いずれも州内の生乳の需給調整を行い、生乳価格を一定に維持するという目的は共通である。

州の生乳マーケティング・ボードの主な役割は、カナダ酪農委員会から配分された加工乳の生産・出荷割当と州内の飲用乳の生産・出荷割当の州内生産者への配分、クラス 1 からクラス 4 の生乳の生産者価格の設定、ライセンスの管理、生産・出荷割当の売買取引の仲介等である。

オンタリオ州の生乳マーケティング・ボードは 1965 年に設立されたオンタリオ州酪農家団体（DFO）である。オンタリオ州では、州内を 12 地域に分割し、地域ごとに生産者から構成される生産者委員会を組織し、地域内の需給調整を各地域の生産者委員会が行った後に、オンタリオ州酪農家団体が州全体の需給を調整する。

オンタリオ州酪農家団体の主な収入源は生産者から徴収したボードの運営賦課金⁹⁰、生産者ライセンスの管理やカナダ酪農生産者団体からの資金等により賄われており、州政府からの収入はない⁹¹。

州のマーケティング・ボードは以下の通りである。

- Alberta Milk アルバータ州牛乳
- British Columbia Milk Marketing Board ブリティッシュコロンビア州牛乳販売団体
- Dairy Farmers of Manitoba マニトバ州酪農家団体
- Dairy Farmers of New Brunswick ニューブランズウィック州酪農家団体

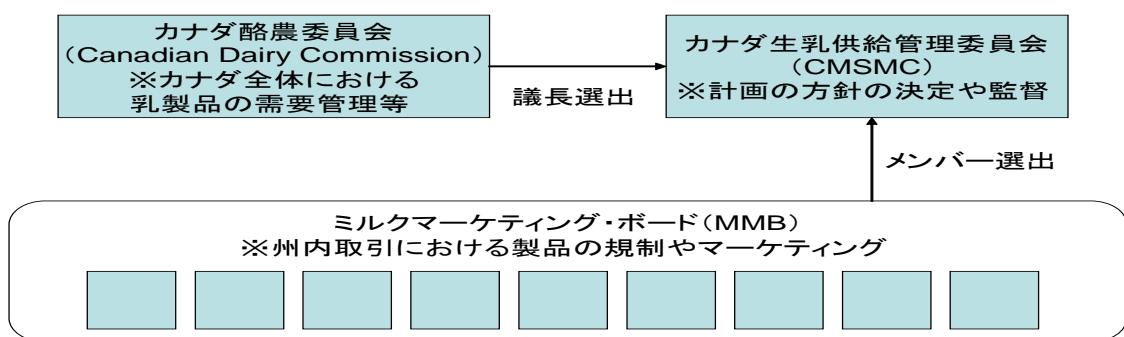
⁸⁹ CDC ウェブサイト (<http://www.cdc-ccl.gc.ca/CDC/index-eng.php?link=118>) (2014 年 3 月 1 日参照)

⁹⁰ 生産者は割当内の出荷に際し、6 セント/百リットルの運営賦課金をオンタリオ州酪農家団体に支払う (DFOFee, Charges, Levies and Penalties Regulation12/13 第 4 条)。

⁹¹ DFO Annual Report (2012) Financial Statement

- Dairy Farmers of Nova Scotia ノバスコシア州酪農家団体
- Dairy Farmers of Ontario オンタリオ州酪農家団体
- Dairy Farmers of Newfoundland and Labrador ニューファンドランド・ラブラドル州酪農家団体
- Dairy Farmers of Prince Edward Island プリンスエドワードアイランド州酪農家団体
- Federation des producteurs de lait du Quebec ケベック州牛乳製造業者連合
- Sask Milk サスカチュワン州牛乳

図 2-6 CDC、CMSMC、州のマーケティング・ボードの関係



出所:MURC 作成

1.4. 鶏肉の供給管理政策について

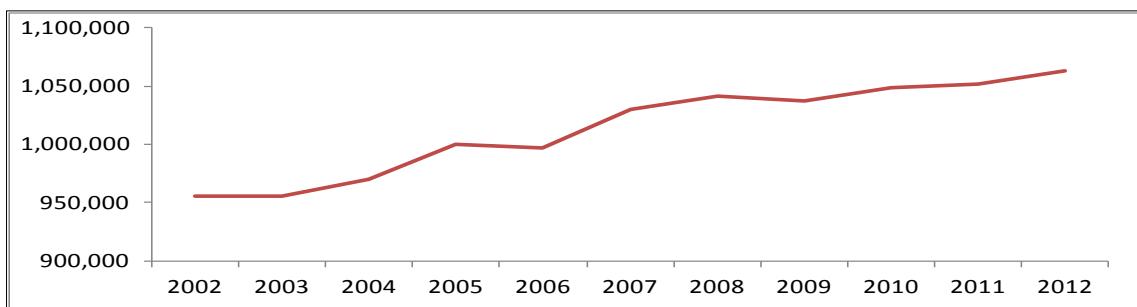
(1) 産業の動向

鶏肉の 2012 年の生産量は 10.6 億 kg、生産額は 23.7 億ドルである⁹²。近年健康志向の高まりから鶏肉を嗜好する傾向等があることから、図 2-7 のとおり鶏肉の生産量は拡大傾向にある。

⁹² Statistics Canada のデータによる。

図 2-7 鶏肉の生産量

(単位 : 千 kg)



出所 : Statistics Canada

表 2-12 の州別の鶏肉生産量をみると、オンタリオ州は約 32%、ケベック州は約 28% を占める。表 2-13 の養鶏場数をみると、オンタリオ州に 816 戸、ケベック州 398 戸があり東部地域に集中している。また、表 2-14 のとおり 2013 年のオンタリオ州の生産者価格は 2.13 ドル/kg で、ケベック州の生産者価格は 2.11 ドル/kg である。

表 2-12 州別の鶏肉生産量 (2012)

(単位 : 千 kg)

州名	生産量	%
オンタリオ州	413,031	32.2%
ケベック州	353,200	27.5%
ブリティッシュコロンビア州	194,934	15.2%
アルバータ州	116,405	9.1%
マニトバ州	54,448	4.2%
サスカチュワントン州	50,082	3.9%
ノバスコシア州	44,599	3.5%
ニューブランズウィック州	35,385	2.8%
ニューファンドランド・ラブラドール州	17,421	1.4%
プリンスエドワードアイランド州	4,683	0.4%
全国	1,284,189	100.0%

注 : Statistics Canada の 2012 年の生産量は 10.6 億 kg であり CFC, AAIC のデータと異なる。

出所 : CFC, AAIC

表 2-13 オンタリオ州とケベック州の養鶏場数（2012）

(単位：戸)

養鶏場数	
オンタリオ州	816
ケベック州	398
全国	1,960

出所：カナダ農業センサス 2011

表 2-14 オンタリオ州とケベック州の生産者価格（2013）

	ケベック州	オンタリオ州
鶏肉（ドル/kg）	2.11	2.13

出所：Statistics Canada

表 2-15 のとおり、2012 年の輸出量は約 18 万トン、輸入量は約 29 万トンであり、輸入超過の傾向にある。

表 2-15 鶏肉の輸出入動向

(単位：千トン)

	2008	2009	2010	2011	2012
鶏肉	輸入	254.28	248.08	253.37	257.71
	輸出	170.49	168.41	165.69	182.03

出所：Statistics Canada

(2) 制度創設の経緯及びその変遷

冒頭 1.2 (1) 制度の変遷にて述べたように、鶏肉の生産者組織は 1930 年代ごろより各州において自主的に設立された。その後、1949 年の農産物マーケティング法の施行により、これらの生産者組織は、州のマーケティング・ポートという形で法令上の設立根拠が与えられ、州内の農産物の販売を行う権限が付与された（第 2 条）。これ以後、1950 年代に各州の多くに鶏肉のマーケティング・ボードが設立され、州内の供給管理を実施した。しかし、1960 年代に入ると、全国的な農産物過剰問題を背景に「鶏肉・鶏卵戦争」が生じ、これを調整するため、1972 年に品目毎の全国的な農産物のマーケティング計画の導入とその運営を行う連邦の農産物マーケティング・ボードの設立、品目毎の連邦の農産物マーケティング・ボードの監視等を行うカナダ農産物協議会の設立等を規定した農産物エージェンシー法が公布された。同法に基づき、1978 年に連邦の鶏肉の農産物マーケティング・ボードであるカナダ鶏肉協会（Chicken Farmers of Canada, 以下 CFC）が設立され、カナダ農産物協議会、カナダ鶏肉協会、各州の鶏肉マーケティング・ボードによる現在の鶏肉の供

給管理体制が確立された⁹³。

(3) 現在の制度概要

(i) 生産・出荷割当

生産・出荷割当では、カナダ鶏肉協会が各州の鶏肉マーケティング・ボードから要請された生産量及び全国の需要量に基づき全国の総生産・出荷割当量を決定し、これを州の鶏肉マーケティング・ボードに配分する。配分を受けた州の鶏肉マーケティング・ボードは、州内の生産者に生産・出荷割当を配分する。鶏肉の生産・出荷割当は、鶏肉の生産量に対して行われる。州の鶏肉マーケティング・ボードへの生産・出荷割当の配分方法をめぐつては、従来の生産実績を最優先とした生産・出荷割当の配分方法は硬直的であるという批判があり、1990年代後半から、州の鶏肉マーケティング・ボードがカナダ鶏肉協会に年間の生産量の要請を提出し、これに基づきカナダ鶏肉協会が総生産量を決定する「ボトムアップアプローチ」が採用されている。近年では各州の鶏肉マーケティング・ボードへ配分を決定する際に、需要の大きな変動、生産能力、人口、比較優位等が考慮されている。表2-16の州別の割当配分をみると、最も多い割当を獲得しているのはオンタリオ州で約33%を占め、次いでケベック州が約27%を占める。

⁹³ なお、州のマーケティング・ボードの権限に関する州内の法制度も整備された。オンタリオ州では1990年にオンタリオ州農産物マーケティング法が制定された。同法はオンタリオ州の農産物の生産・販売の管理することを目的とし（第2条）、オンタリオ農産物販売協会（Ontario Farm Products Marketing Commission (OFPMC)）に農産物の管理のための生産、販売、加工にかかる調査、生産費調査の実施、農産物の検査等を行う権限を付与した（第3条）。また、同時に同協会に生産や販売にかかる生産者割当やライセンスの管理についての権限も付与し、これらの権限をオンタリオ州の鶏肉、七面鳥、種卵、鶏卵のマーケティング・ボードに移譲するよう定めた（第7条）。オンタリオ農産物販売協会は、品目別のマーケティング・ボードを監督する役割をもつが、実際には、品目別の州のマーケティング・ボードが連邦のマーケティング・ボードとともに供給管理制度の実務を担う。

表 2-16 鶏肉の州別年間割当量（2012）

(単位 : 千 kg)

州名	割当量	%
オンタリオ州	419,426	32.5%
ケベック州	354,034	27.4%
ブリティッシュコロンビア州	192,607	14.9%
アルバータ州	116,870	9.1%
マニトバ州	54,218	4.2%
サスカチュワン州	50,522	3.9%
ノバスコシア州	44,247	3.4%
ニューブランズウィック州	35,499	2.8%
ニューファンドランド・ラブラドール州	17,377	1.3%
プリンスエドワードアイランド州	4,656	0.4%
全国	1,289,759	100.0%

出所 : CFC, AAIC

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する鶏肉生産を行い、州の鶏肉生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、カナダ鶏肉協会と州の鶏肉マーケティング・ボードは 3 つの手法（第一に生産・出荷割当の超過分に対する課徴金の賦課、第二に生産・出荷割当を超過または下回る出荷に対する生産・出荷割当の削減、第三に生産・出荷割当ライセンスの停止（1.2 (3) (i) を参照））により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。オンタリオ州の鶏肉の生産・出荷割当の管理⁹⁴に関しては、第一に、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず、生産・出荷割当を超過して出荷した場合に、州の鶏肉マーケティング・ボードであるオンタリオ州鶏肉生産者協会（Chicken Farmers of Ontario, 以下CFO）は割当超過が 104%から 106%までの場合に 0.5 セント/kg、106%以上の場合に 1.0 ドル/kg の課徴金を課している（CFO規則⁹⁵第 3 条）。第二に、生産者が配分された生産・出荷割当を超過または下回って出荷した場合、オンタリオ州鶏肉生産者協会は差分と同量の生産・出荷割当量を 2 年 8 カ月から 2 年 10 カ月後の生産・出荷割当量から削減する（CFO割当規則⁹⁶第 2.23 条及び第 2.30 条）。第三に、生産者が生産・出荷割当の規則を順守しない場合、カナダ鶏肉協会の権限のもとオンタリオ州鶏肉生産者協会が生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する（カナダ鶏肉協会布告⁹⁷第 11 条、CFO規則⁹⁸第 2 条）。このようにオンタリオ州の場合、第一、第二及び第三の手法により生産者に対する生産・出荷割当を管理している。

⁹⁴ オンタリオ州の生産・出荷割当政策に関する規定一覧

(http://www.ontariochicken.ca/PoliciesRegulations.aspx) (2014 年 3 月 1 日参照)

⁹⁵ Chicken Farmers of Ontario, Licence Fees, Levies, Services, Charges, and Penalties Regulation, No.2426-2013⁹⁶ Chicken Farmers of Ontario, Quota Policy, No.193-2013⁹⁷ Chicken Farmers of Canada Proclamation⁹⁸ Chicken Farmers of Ontario, Licence Fees, Levies, Services, Charges, and Penalties Regulation, No.2426-2013

生産・出荷割当の管理手法は各州が独自に定めているが、いずれの州においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するためにカナダ鶏肉協会と州の鶏肉マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

なお、州の鶏肉マーケティング・ボードは、新規参入者や割当を拡大したい同一州内の生産者間での生産・出荷割当の売買の仲介を行っている（CFO 割当規則第 3-6 節）。

(ii) 生産者価格の設定

鶏肉の供給管理政策においては、州の鶏肉マーケティング・ボードが加工業者との交渉によって、鶏肉の生産者価格を決定している。ここでいう鶏肉の生産者価格とは、生産者から加工業者へ引き渡す際の生きた鶏の販売価格を指す。生産者価格の設定において、カナダ鶏肉協会は、価格交渉の基礎となる生産費を算出するための生産費算式の開発とそれに基づく生産費調査を実施する。州の鶏肉マーケティング・ボードは、カナダ鶏肉協会の生産費調査をもとに、1kg当たりの生産費を算出する。生産費のうち、約半分を餌代が占めるが、その他に雛購入費、労働費、光熱費等の諸経費などを合わせたものが最終的な鶏肉の生産費である⁹⁹。州の鶏肉マーケティング・ボードは、カナダ鶏肉協会の生産費調査の結果を基に加工業者と鶏肉の生産者価格の交渉を行う。

なお、オンタリオ州の鶏肉マーケティング・ボードであるオンタリオ州鶏肉生産者協会の場合、カナダ鶏肉協会の生産費算式ではなく、オンタリオ農産物マーケティング委員会・価格算式修正¹⁰⁰とよばれる独自の生産費算式を開発、運用している。オンタリオ州独自の生産費算式では、餌代、雛購入費、生産者利益等が生産費に含まれる。オンタリオ州鶏肉生産者協会は、この算式に基づき算出された生産費を元に、加工業者と 16 週毎に鶏肉の生産者価格について交渉する¹⁰¹。最近ではこのオンタリオ州の生産費算式が全国に普及しつつある。

(iii) 輸入規制

現在、鶏肉には WTO 上の輸入規制である関税割当措置が実施されている。同措置によりミニマムアクセスに相当する関税割当枠（TRQ）と二次関税が設定されている。生きた鶏、冷凍肉、生肉などが対象で、これらの関税割当枠内の一次関税はほぼ無税か、低い水準となっている。関税割当枠を上回る輸入分には高い二次関税率が賦課される。例えば、生きた鶏、冷凍肉、生肉には 238.3% の二次関税率が賦課されている。

⁹⁹ なお、生産者費調査の対象となるのは、ライセンス登録した生産者の上位 80% である。この点で、生産者費算式はより大規模の生産者を対象としている（松原豊彦「カナダの農産物マーケティング・ボード」82 頁。）

¹⁰⁰ Ontario Farm Products Marketing Commission (OFPMC), Pricing Formula Amendment

¹⁰¹ Ministry of Agriculture and Food of Ontario, Pricing Mechanisms in Supply Management Systems ウェブサイト（2013 年 12 月 4 日参照）

http://www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts/factsheets/pricing_mechanisms.htm#cost

(4) 鶏肉の供給管理政策における連邦レベル及び州レベルの組織の概要

(i) カナダ農産物協議会 (National Farm Products Council)

カナダ農産物協議会は農産物エージェンシー法に基づき設立された（第1部第3条）連邦の組織で、農産物の州際取引の安定化のための販売推進や農産物毎に設立される連邦のマーケティング・ボードの運営状況を監視する義務を有し（第6条）、この義務を実行するための権限が与えられている（第7条）。また、農産物毎に設立される連邦の農産物マーケティング・ボードから提出された販売計画を審査し、州際取引や輸出取引における農産物の販売や推進についての調査研究を行う等の権限も有する（第7条）。

(ii) カナダ鶏肉協会 (CFC)

カナダ鶏肉協会は農産物エージェンシー法に基づき1978年に設立された連邦の鶏肉の農産物マーケティング・ボードである（第2部）。カナダ鶏肉協会の目的は、州の鶏肉マーケティング・ボードへの生産・出荷割当の設定を通じた全国的な需給調整及び農産物の価格安定を図ることである（第21条）。そのために、カナダ鶏肉協会は州際取引や輸出取引における鶏肉の取り扱い、全国的な鶏肉の販売計画の策定とその実施について権限を有する（第22条）。カナダ鶏肉協会の理事会は、各州の生産者の代表者15名と加工業者、鶏卵業者、飲食業者などの関連産業からの代表者4名の19名で構成される。主な活動内容は、鶏肉の販売計画の実施（カナダ鶏肉協会布告¹⁰²第5条）、全国総生産・出荷割当量の各州の鶏肉マーケティング・ボードへの配分（第6条）、州際取引や輸出にかかる加工業者へのライセンスの付与（第11条）、生産者へのライセンスの付与、鶏肉の生産者価格の基準となる生産費算式の開発と生産費調査の実施、新規市場の開発等である。

カナダ鶏肉協会の主な財源は州のマーケティング・ボードから上納されるボードの運営賦課金等である。2012年の収入額716万ドルのうち、運営賦課金による収入額は612万ドルである。

(iii) 州の組織

州の鶏肉マーケティング・ボードは、カナダの10州に設置されている。その共通の役割は生産者へのライセンスの管理¹⁰³、新規参入者に対するプログラムの実施、州内の生産者に対する生産・出荷割当の配分、鶏肉の生産者価格の設定、生産者への生産・出荷割当の超過に対する課徴金の賦課、生産・出荷割当の売買取引の仲介等である。

オンタリオ州の鶏肉マーケティング・ボードは、1965年に設立されたオンタリオ州鶏肉生産者協会である。理事会は9名の鶏肉生産者の代表者から構成されている。2012年の収入額は868万ドルであった。その主な財源はライセンス管理による手数料による収入で659万ドルであった。そのほか割当超過による生産者からの課徴金が135万ドル、生産・出荷割当の売買取引の仲介による収入が20万ドルであった¹⁰⁴。

ケベック州においては、ケベック州家禽類生産者協会が鶏肉と七面鳥の両品目の州内の

¹⁰² Chicken Famers of Canada Proclamation

¹⁰³ 生産者が鶏肉の生産・出荷割当を取得するためのライセンス。

¹⁰⁴ CFO Annual Report (2012) Financial Statement

供給管理を実施する。

州の鶏肉マーケティング・ボードは以下の通りである。

- British Columbia Chicken Marketing Board ブリティッシュコロンビア州鶏肉生産者協会
- Alberta Chicken Producers アルバータ州鶏肉生産者協会
- Chicken Farmers of Saskatchewan サスカチュワントン州鶏肉生産者協会
- Manitoba Chicken Producers マニトバ州鶏肉生産者協会
- Chicken Farmers of Ontario オンタリオ州鶏肉生産者協会
- Eleveurs de volailles du Quebec ケベック州家禽類生産者協会
- Chicken Farmers of New Brunswick ニューブランズウィック州鶏肉生産者協会
- Chicken Farmers of Nova Scotia ノバスコシア州鶏肉生産者協会
- Chicken Farmers of Newfoundland and Labrador ニューファンドランド・ラブラドール州鶏肉生産者協会
- Chicken Farmers of Prince Edward Island プリンスエドワードアイランド州鶏肉生産者協会

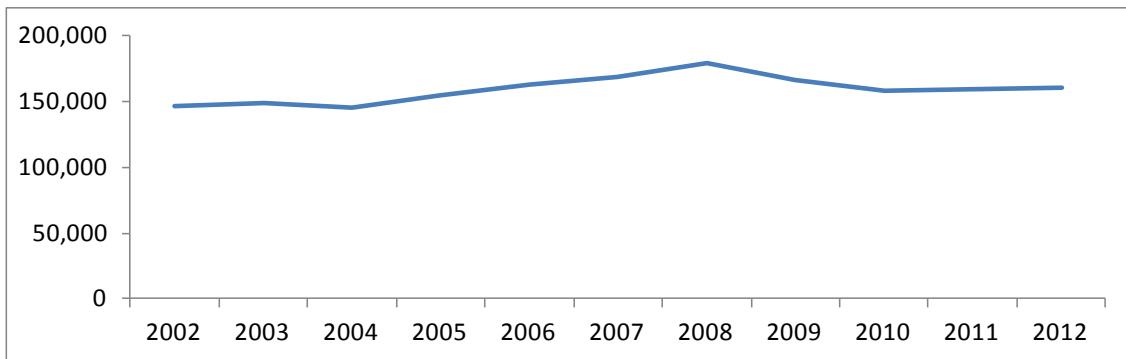
1.5. 七面鳥の供給管理政策について

(1) 産業の動向

七面鳥の 2012 年の生産量は 1.6 億 kg、生産額は 3.8 億ドルである。図 2-8 のとおり、生産量は横ばいの傾向にある。

図 2-8 七面鳥の生産量の推移

(単位 : 千 kg)



出所 : Statistics Canada

表 2-17 の 2012 年の州別の生産量をみると、オンタリオ州は約 43%、ケベック州は約 20%を占める。表 2-18 の七面鳥飼育農場はオンタリオ州に 109 戸、ケベック州に 58 戸あ

り、東部地域に集中している。表 2-19 の 2013 年の生産者価格をみると、オンタリオ州の生産者価格は 2.21 ドル/kg、ケベック州の生産者価格は 2.24 ドル/kg である。

表 2-17 州別の七面鳥生産量（2012）

(単位 : 千 kg)

州名	生産量	%
オンタリオ州	68,603	42.8%
ケベック州	31,496	19.7%
ブリティッシュコロンビア州	21,316	13.3%
アルバータ州	15,607	9.7%
全国	160,202	100.0%

出所 : TFC, AAFC

表 2-18 オンタリオ州とケベック州の七面鳥飼育農場数（2011）

(単位 : 戸)

農場数	
全国	279
オンタリオ州	109
ケベック州	58

出所 : カナダ農業センサス 2011

表 2-19 オンタリオ州とケベック州の生産者価格（2013）

(単位 : ドル/kg)

	ケベック州	オンタリオ州
七面鳥 (ドル/kg)	2.24	2.21

出所 : Statistics Canada

表 2-20 のとおり 2012 年の輸出量は約 2,100 万 kg、輸入量は約 540 万 kg と輸出超過の傾向にある。

表 2-20 七面鳥肉の輸出入動向

(単位 : 千 kg)

	2008	2009	2010	2011	2012
七面鳥肉 輸入	3,943	3,467	3,829	4,036	5,418
七面鳥肉 輸出	25,626	23,815	22,677	21,402	21,052

出所 : TFC, AAFC

(2) 制度創設の経緯及びその変遷

カナダにおける七面鳥の生産は1950年代ごろからオンタリオ州やケベック州にて始まった。1960年代にはオンタリオ州の生産者がオンタリオ七面鳥協会（Ontario Turkey Association）を設立し、カナダの生産拡大に着手した。しかし、米国の肉の保存処理技術の発達等に伴い米国から多くの七面鳥肉が輸入され、カナダ国内の生産は伸び悩んだ。そのような中、1949年制定の農産物マーケティング法に基づき、州の七面鳥マーケティング・ボードが設立されるようになった。オンタリオ州では1965年に州のマーケティング・ボードであるオンタリオ州七面鳥生産者協会（Turkey Farmers of Ontario, 以下TFO）が設立され、供給管理制度が開始された。1972年制定の農産物エージェンシー法に基づき、1974年に連邦の七面鳥の農産物マーケティング・ボードであるカナダ七面鳥協会（Turkey Farmers of Canada, 以下TFC）が設立され、カナダ農産物協議会、カナダ七面鳥協会、各州の七面鳥マーケティング・ボードによる現在の供給管理体制が確立した。当初は7つの州が供給管理政策に参加したが、その後、ニューブランズウィック州が参加し現行の8州¹⁰⁵となった¹⁰⁶。

(3) 現在の制度概要

(i) 生産・出荷割当

生産・出荷割当では、カナダ七面鳥協会が全国の需要量や供給量に基づき全国の総生産・出荷割当量を決定し、これを州のマーケティング・ボードに配分する。配分を受けた州のマーケティング・ボードは、州内の生産者に生産・出荷割当を配分する。七面鳥の生産・出荷割当は、七面鳥肉の生産量に対して行われる。表2-21のとおり生産・出荷割当は、オンタリオ州が最大で約39%を占め、次いでケベック州が約22%を占める。

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する七面鳥生産を行い、州の七面鳥生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、カナダ七面鳥協会と州の七面鳥マーケティング・ボードは3つの手法（第一に生産・出荷割当の超過分に対する課徴金の賦課、第二に生産・出荷割当を超過または下回る出荷に対する生産・出荷割当の削減、第三に生産・出荷割当ライセンスの停止（1.2(3)(i)を参照））により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。オンタリオ州の七面鳥の生産・出荷割当の管理に関して、第一に、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず、生産・出荷割当を超過して出荷した場合に、オンタリオ州七面鳥生産者協会は生産・出荷割当を超えて出荷した生産者に対して0.05ドル/1ポンドの課徴金を課している（オンタリオ七面鳥販売課金令¹⁰⁷第3条）。第二に、オンタリオ州七面鳥生産者協会は、生産者が配分された生産・出荷割当を超して出荷した場合、差分と同量の生産・出荷割当量を翌年の生産・出

¹⁰⁵ なお、生産量の少ないニューファンドランド・ラブラドール州とプリンスエドワードアイランド州はボードの規制対象外となっている。

¹⁰⁶ TFO ウェブサイト

（http://www.ont-turkey.on.ca/?ww_pageid=03136A4B-B6A7-8AA0-616133F7CFB96E22）（2014年3月1日参照）

¹⁰⁷ Ontario Turkey Marketing Levies Order

荷割当量から削減する（カナダ七面鳥販売割当規則¹⁰⁸第8条）。第三に、生産者が生産・出荷割当の規則を順守しない場合、カナダ七面鳥協会の権限のもとオンタリオ州七面鳥生産者協会が生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する（カナダ七面鳥免許規則¹⁰⁹第7条）。このようにオンタリオ州の場合、第一、第二及び第三の手法により生産者に対する生産・出荷割当を管理している。生産・出荷割当の管理手法は各州が独自に定めているが、いずれの州においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するためにカナダ七面鳥協会と州の七面鳥マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

なお、同一州内の生産者間の生産・出荷割当の売買取引は州の七面鳥マーケティング・ボードの仲介のもと行われている。

表 2-21 七面鳥の州別年間割当量（2013）

(単位：千 kg)

州名	割当量	%
オンタリオ州	57,264	38.6%
ケベック州	33,161	22.4%
ブリティッシュコロンビア州	19,958	13.5%
マニトバ州	11,006	7.4%
アルバータ州	14,123	9.5%
サスカチュワン州	5,404	3.6%
ノバスコシア州	4,108	2.8%
ニューブランズウィック州	3,262	2.2%
合計	148,287	100.0%

出所：TFC, AAFC

(ii) 生産者価格の設定

七面鳥の生産者価格は鶏肉と同様、州の七面鳥マーケティング・ボードが加工業者との交渉により決定している。ここでいう七面鳥の生産者価格とは、生産者から加工業者への生きた七面鳥の販売価格を指す。生産者価格の設定において、カナダ七面鳥協会は、鶏肉と同様、価格交渉の際に用いられる生産費算式の開発とそれに基づく生産費調査を実施する。州の七面鳥マーケティング・ボードはこの生産費調査に基づく餌代、雛購入費、労働費等を元に七面鳥の生産費を算出し、加工業者と七面鳥生産者価格の交渉を行う。

(iii) 輸入規制

現在、七面鳥肉にはWTO上の輸入規制である関税割当措置が実施されている。同措置によりミニマムアクセスに相当する関税割当枠（TRQ）と二次関税が設定されている。冷凍

¹⁰⁸ Canadian Turkey Marketing Quota Regulation, 1990

¹⁰⁹ Chicken Farmers of Canada Proclamation

肉や生肉などが対象で、これらの関税割当枠内の一次関税はほぼ無税か、低い水準となっている。関税割当枠を上回る輸入分には高い二次関税率が賦課される。例えば、冷凍肉には 154.7%、生肉には 165.3% の二次関税率が賦課されている。

(4) 七面鳥の供給管理政策における連邦レベル及び州レベルの組織の概要

(i) カナダ農産物協議会

カナダ農産物協議会は、農産物エージェンシー法に基づき設立された連邦の政府機関で、カナダ七面鳥協会の運営状況の監査等を実施している。(詳細は、1.4(4)(i)を参照。)

(ii) カナダ七面鳥協会 (TFC)

カナダ七面鳥協会は農産物エージェンシー法に基づき 1973 年に設立された連邦の七面鳥の農産物マーケティング・ボードである¹¹⁰。なお、プリンスエドワード島とニューファンドランド・ラブラドール州については七面鳥生産者の経営規模が小規模であるため、カナダ七面鳥協会の管理対象外となっている。カナダ七面鳥協会は議長、副議長、理事の他、各州の生産者や加工業者等の代表者から構成されている。主な役割はカナダ鶏肉協会と同様、七面鳥の生産・出荷割当に基づく全国的な販売計画の実施、全国総生産・出荷割当量の各州の七面鳥マーケティング・ボードへの配分、州際取引や輸出にかかる加工業者へのライセンスの付与及び生産費算式の開発と生産費調査の実施等である。

主な財源は州のマーケティング・ボードから上納される運営賦課金である。2012 年の収入総額は 317 万ドルであり、そのうち運営賦課金による収入は 314 万ドルである¹¹¹。

(iii) 州の組織

州の七面鳥マーケティング・ボードは、カナダの 8 州に設置されている。その共通の役割は、州の鶏肉マーケティング・ボードと同様に、生産者のライセンスの管理、州内の生産者への生産・出荷割当の配分、生産者価格の設定決定、生産者への生産・出荷割当の超過に対する課徴金の賦課、生産・出荷割当の売買取引の仲介等である。

州の七面鳥マーケティング・ボードは以下の通りである。

- British Columbia Turkey Marketing Board ブリティッシュコロンビア州七面鳥生産者協会
- Alberta Turkey Producers アルバータ州七面鳥生産者協会
- Saskatchewan Turkey Producers Marketing Board サスカチュワン州七面鳥生産者協会
- Manitoba Turkey Producers マニトバ州七面鳥生産者協会
- Turkey Farmers of Ontario オンタリオ州七面鳥生産者協会
- Les Eleveurs de volailles du Quebec ケベック州家禽類生産者協会
- Turkey Farmers of New Brunswick ニューブランズウィック州七面鳥生産者協会
- Turkey Farmers of Nova Scotia ノバスコシア州七面鳥生産者協会

¹¹⁰ 前身はカナダ鶏肉マーケティング・エージェンシー (Canadian Chicken Marketing Agency) である。

¹¹¹ TFC Annual Report (2012) Financial Statement

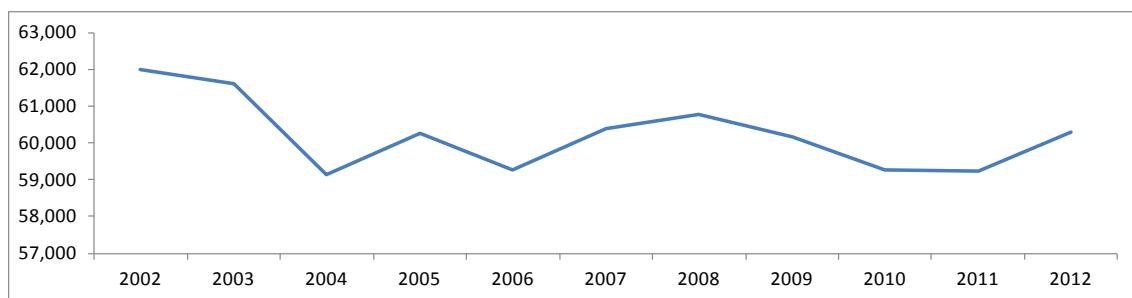
1.6. 種卵の供給管理政策について

(1) 産業の動向

種卵の 2012 年の生産量は 6.7 億個である。図 2-9 のとおり種卵の生産量は増減を伴いおむね横ばいに推移している。なお、種卵は鶏卵の生産量の約 1 割を占める。2012 年の種卵の生産者価格は 51.86 ドル（個）である¹¹²。

図 2-9 種卵の年間生産量

（単位：万個）



出所：Statistics Canada

表 2-22 の州別の生産量をみると、オンタリオ州は約 30% 占め、ケベック州は約 27% を占める。

表 2-22 州別の種卵生産量（2012）

（単位：千個）

州名	生産量	%
オンタリオ州	197,641	29.7%
ケベック州	180,152	27.0%
ブリティッシュコロンビア州	98,399	14.8%
アルバータ州	65,165	9.8%
ニューブランズウィック州、プリンスエドワードアイランド州、ニューファンドランド・ラブラドル州	37,595	5.6%
マニトバ州	32,622	4.9%
サスカチュワン州	29,217	4.4%
ノバスコシア州	25,355	3.8%
合計	666,148	100.0%

出所：CHEP Annual Report（2012）

¹¹² CHEP Annual Report（2012）10 頁。

(2) 制度創設の経緯及びその変遷

種卵の供給管理制度では州のマーケティング・ボードは 1972 年制の農産物エージェンシー法に基づき、1980 年代に設立が開始された。1986 年に連邦の種卵の農産物マーケティング・ボードであるカナダ種卵協会（Canadian Hatching Egg Producers, 以下 CHEP）が設立され、カナダ農産物協議会、カナダ種卵協会、各州の種卵マーケティング・ボードによる現在の種卵の供給管理体制が確立された。なお、種卵の供給管理制度は、カナダ鶏肉産業の需要を満たす種卵生産の確保を目的としており、需要に応じて生産を調整する他の品目と意味合いが若干異なる。現在、ケベック州、オンタリオ州、アルバータ州、サスカチュワントバ州、マニトバ州、ブリティッシュコロンビア州の 6 つの州が参加している。

(3) 現在の制度の概要

(i) 生産・出荷割当

生産・出荷割当では、カナダ種卵協会はカナダ鶏肉産業の需要と年間の生産計画をもとに全国の総生産・出荷割当量を決定し、これを州の種卵マーケティング・ボードに配分する。配分を受けた州の種卵マーケティング・ボードは、州内の生産者に生産・出荷割当を配分する。種卵の生産・出荷割当は、種卵に対して行われる。表 2-23 の 2012 年の州別の生産・出荷割当量を見ると、オンタリオ州が約 31% を占め、次いでケベック州が約 26% を占めている。

なお、カナダ種卵協会は年に 3 回会合を開き、カナダの鶏肉産業の動向に見合うよう市場動向や生産者の生産動向等を踏まえ、各州の種卵マーケティング・ボードへの生産・出荷割当の見直しを行っている。

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する種卵生産を行い、州の種卵生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、カナダ種卵協会と州の種卵マーケティング・ボードは 3 つの手法（第一に生産・出荷割当の超過分に対する課徴金の賦課、第二に生産・出荷割当を超過または下回る出荷に対する生産・出荷割当の削減、第三に生産・出荷割当ライセンスの停止（1.2 (3) (i) を参照））により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。オンタリオ州の種卵の生産・出荷割当の管理に関しては、第一に、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず、生産・出荷割当を超過して出荷した場合に、州の種卵マーケティング・ボードであるオンタリオ州種鶏卵生産者協会（Ontario Broiler Hatching Egg and Chick Commission, 以下 OBHEC）は、出荷量が生産・出荷割当を 2% 以上超過した場合に超過分について 17.5 セント（1 個あたり）の課徴金を課している（種卵生産者規則 C-2¹¹³ 第 18 条）。第二に、生産者が生産・出荷割当を超過または下回って出荷した場合の生産・出荷割当量の削減に関してオンタリオ州種鶏卵生産者協会は特に規定していない。第三に、生産者が生産・出荷割当の規則を順守しない場合、カナダ種卵協会の権限のもとオンタリオ州種卵生産者協会が生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する（カナダ種卵生産者布告¹¹⁴ 第 7 条）。このようにオンタリオ州の場合、第一及び第三の手法により生産者に対する生産・出荷割

¹¹³ Hatching Egg Producers Regulation C-2, 2009

¹¹⁴ Canadian Hatching Egg Producers Proclamation

当を管理している。生産・出荷割当の管理手法は各州が独自に定めているが、いずれの州においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するためにカナダ種卵協会と州の種卵マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

また、オンタリオ州種鶏卵生産者協会は、同一州内の生産者間での生産・出荷割当の売買の仲介を行っている（種卵生産者規則C-3¹¹⁵第3章）。

表 2-23 種卵の州別年間割当量（2011）

(単位：千個)

	割当量	%
オンタリオ州	207,928	30.8%
ケベック州	177,500	26.3%
ブリティッシュコロンビア州	102,856	15.2%
アルバータ州	70,981	10.5%
マニトバ州	33,086	4.9%
サスカチュワン州	29,835	4.4%
ノバスコシア州	-	-
ニューブランズウィック州	-	-
合計	675,814	100.0%

出所：Canadian Hatching Egg Producers, Annual Report (2012)

(ii) 生産者価格の設定

種卵の価格の設定に際しては、カナダ種卵協会による生産費調査は実施されず、各州のマーケティング・ボードが独自の生産費調査を実施し、各州の鶏肉のマーケティング・ボードと交渉し決定される。オンタリオ州の場合、オンタリオ州種鶏卵生産者協会は3年から5年ごとに生産費調査を実施している¹¹⁶。

(iii) 輸入規制

現在、種卵にはWTO上の輸入規制である関税割当措置の適用はない¹¹⁷。

(4) 種卵の供給管理政策における連邦レベル及び州レベルの組織の概要

(i) カナダ農産物協議会

カナダ農産物協議会は、農産物エージェンシー法に基づき設立された連邦の政府機関で、カナダ種卵協会の運営状況の監査等を実施している。（詳細は、1.4(4)(i)を参照。）

¹¹⁵ Hatching Egg Producers Regulation C-3, 2009

¹¹⁶ オンタリオ農業食糧省ウェブサイト

http://www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts/factsheets/pricing_mechanisms.htm
(2014年3月1日参照)

¹¹⁷ ただし、雛に対して154.7%の二次関税率が賦課される。

(i) カナダ種卵協会 (CHEP)

カナダ種卵協会は農産物エージェンシー法に基づき1986年に創設された連邦の種卵の農産物マーケティング・ボードである（第2部）。カナダ種卵協会は、カナダ鶏肉産業の需要を満たす種卵生産の確保を目的としており、全国の生産・出荷割当量の決定、生産・出荷割当の州の種卵マーケティング・ボードへの配分、種卵の州際取引や輸出入の管理（カナダ種卵生産者布告¹¹⁸第5条）、生産者へのライセンスの付与（第7条）等を実施する。カナダ種卵協会は、各州の生産者の代表者6名、議長1名、種卵産業の代表者2名により構成される。同協会の主な財源は州のマーケティング・ボードから上納される運営賦課金である。2012年の収入総額は182万ドルであり、うち、181万ドルが運営賦課金による。なお、2012年には100万ドルのカナダ政府保証付き投資を受けている¹¹⁹。

(ii) 州の組織

州の種卵マーケティング・ボードは、カナダの6州に設置されている。その共通の役割は、生産者のライセンスの管理、州内の生産者への生産・出荷割当の配分、生産者価格の設定、生産者への生産・出荷割当の超過に対する課徴金の賦課、生産・出荷割当の売買取引の仲介、種卵と雛の生産管理、雛の生産管理カレンダーの策定等である。

州の種卵マーケティング・ボードは以下の通りである。

- Ontario Broiler Hatching Egg and Chick Commission オンタリオ州種鶏卵生産者協会
- Syndicat des producteurs d' oeufs d' incubation du Quebec ケベック州種卵生産者協会
- Manitoba Chicken Producers マニトバ州鶏肉生産者協会
- Saskatchewan Broiler Hatching Egg Producers Marketing Board サスカチュワン州種卵生産者協会
- Alberta Hatching Egg Producers アルバータ州種卵生産者協会
- British Columbia Broiler Hatching Egg Commission ブリティッシュコロンビア州種卵生産者委員会

1.7. 鶏卵の供給管理制度

(1) 産業の動向

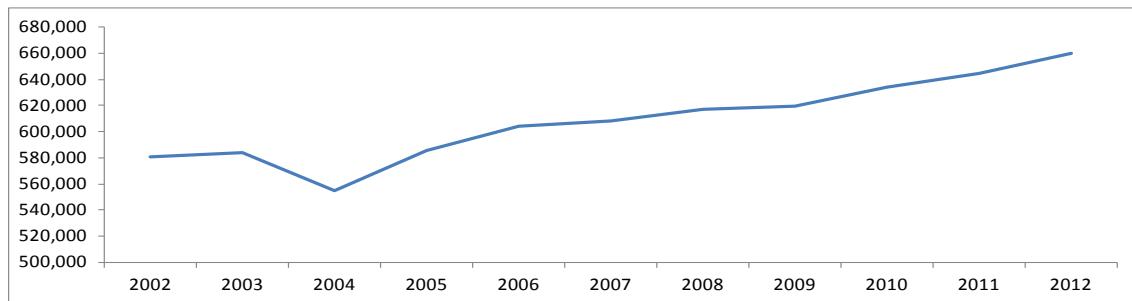
鶏卵の2012年の生産量は約6.6億ダース、生産額は11.2億ドルである。図2-10のとおり、近年、生産量は増加傾向にある。

¹¹⁸ Canadian Hatching Egg Producers Proclamation

¹¹⁹ CHEP Annual Report (2012) Financial Statement

図 2-10 鶏卵の生産量

(単位 : 千ダース)



出所 : Statistics Canada

表 2-24 の州別の生産量をみると、オンタリオ州は約 38%を占め、次いでケベック州が約 18%を占める。表 2-25 の鶏卵農場数を見ると、オンタリオ州は 566 戸、ケベック州は 164 戸であり、東部地域に集中している。

表 2-26 のとおり 2013 年のオンタリオ州の鶏卵の生産者価格は 1.43 ドル/1 ダース、ケベック州は 1.47 ドル/1 ダースである。

表 2-24 州別の鶏卵生産量 (2012)

(単位 : 千ダース)

州名	生産量	%
オンタリオ州	247,275	37.5%
ケベック州	115,296	17.5%
ブリティッシュコロンビア州	79,085	12.0%
アルバータ州	53,956	8.2%
全国	659,798	100.0%

出所 : Statistics Canada

表 2-25 オンタリオ州とケベック州の農場数 (2011)

(単位 : 戸)

農場数
オンタリオ州
ケベック州
全国

出所 : カナダ農業センサス 2011

表 2-26 オンタリオ州とケベック州の鶏卵生産者価格（2013）

	ケベック州	オンタリオ州
卵（ドル/1ダース）	1.47	1.43

出所：Statistics Canada

表 2-27 のとおり 2012 年の鶏卵の輸出量は約 1.8 万トン、輸入量は約 3.2 万トンであり、輸入超過の傾向にある。

表 2-27 鶏卵の輸出入動向（2012）

(単位：千トン)

	2008	2009	2010	2011	2012
輸入	29.24	43.34	32.02	27.97	32.26
輸出	34.12	46.49	39.91	23.09	18.48

出所：Statistics Canada

(2) 制度創設の経緯及びその変遷

鶏卵は生産サイクルの短さ等の特性から適正な需給管理を実施することが最も難しい農産物の一つである。鶏卵の供給管理制度創設の経緯は、1.4(2)鶏肉の供給管理制度創設の経緯と基本的には同様で、1920 年代の鶏卵の生産者組織の設立に始まる。1949 年の農産物マーケティング法の施行により、1950 年代に各州の多くに鶏卵のマーケティング・ボードが設立され、州内の供給管理を実施した。しかし、1960 年代に全国的な農産物過剰問題を背景に「鶏肉・鶏卵戦争」が生じ、これを調整するため、1972 年制定の農産物エージェンシー法に基づき、同年にカナダ鶏卵協会（Egg Farmers of Canada, 以下 EFC）¹²⁰が設立され、カナダ農産物協議会、カナダ鶏卵協会、各州の鶏卵マーケティング・ボードによる現在の鶏卵の供給管理体制が確立された。

(3) 現在の制度概要

(i) 生産・出荷割当

生産・出荷割当では、カナダ鶏卵協会が全国の鶏卵需要量に基づき、年間の全国の鶏卵の総生産・出荷割当量を決定し、これを各州の鶏卵マーケティング・ボードに配分する。カナダ鶏卵協会は、全国の鶏卵の総出荷・割当量を決定し、州の鶏卵マーケティング・ボードに配分する。配分を受けた州の鶏卵マーケティング・ボードは、州内の生産者に生産・出荷割当を配分する¹²¹。なお、割当は毎月変更される。表 2-28 をみると各州への割当比

¹²⁰ 以前は Canadian Egg Marketing Agency, CEMA と呼ばれていた。

¹²¹ 例えば、オンタリオ州では、生産・出荷割当は鶏卵の出荷個数と雌鶏の保有羽数に対して行われる。

率は、オンタリオ州が約37%を占め、次いでケベック州が約19%を占める。

個々の生産者が配分された生産・出荷割当に合致する鶏卵生産を行い、州の鶏卵生産量が最終的な全国の総生産量に合致することを目的に、カナダ鶏卵協会と州の鶏卵マーケティング・ボードは3つの手法（第一に生産・出荷割当の超過分に対する課徴金の賦課、第二に生産・出荷割当を超過または下回る出荷に対する生産・出荷割当の削減、第三に生産・出荷割当ライセンスの停止（1.2（3）（i）を参照））により個々の生産者に対して生産・出荷割当の管理を実施している。オンタリオ州の鶏卵の生産・出荷割当の管理¹²²に関しては、第一に、生産者が予め決められた生産・出荷割当の規則を順守せず、生産・出荷割当を超過して出荷した場合に、州の鶏卵マーケティング・ボードであるオンタリオ州鶏卵生産者協会（Egg Farmers of Ontario, 以下EFO）は、割当を超える19週以上の雌鶏を保有する生産者に対して、割当を超える雌鶏1羽につき週2ドルの課徴金を課す（オンタリオ鶏卵生産者政策、プログラム、手続き2011¹²³第4節第8,9条）。第二に、生産者が生産・出荷割当を超過または下回って出荷した場合の生産・出荷割当量の削減に関してオンタリオ州鶏卵生産者協会は特に規定していない。第三に、生産者が生産・出荷割当の規則を順守しない場合、カナダ鶏卵協会の権限のもとオンタリオ州鶏卵生産者協会が生産者に対して生産・出荷割当配分を受けるためのライセンスを停止する（カナダ鶏卵販売エージェンシー法布告¹²⁴第7条、オンタリオ鶏卵生産者協会一般規則¹²⁵第4.6条）。このようにオンタリオ州の場合、第一及び第三の手法により生産者に対する生産・出荷割当を管理している。生産・出荷割当の管理手法は各州が独自に定めているが、いずれの州においても供給管理政策の柱である生産・出荷割当を適正に管理するためにカナダ鶏卵協会と州の鶏卵マーケティング・ボードとが協働しながら、生産者に対して措置を実施している。

また、州の鶏卵マーケティング・ボードはオンタリオ州内の生産者間における生産・出荷割当の売買取引方法の決定と管理を行う（オンタリオ鶏卵生産者政策、プログラム、手続き2011¹²⁶第4節第8,9条）。

雌鶏に対する生産・出荷割当は、鶏卵の量産が可能な19週以降のものと鶏卵の量産ができない19週以内のもので扱いが異なる。19週以降のものに関する割当は保有数、19週以内のものに関する割当は生産数が対象となる。

¹²² オンタリオ州の生産・出荷割当政策の規定一覧

（<http://www.eggfarmersofontario.ca/our-policies-and-procedures>）（2014年3月1日参照）

¹²³ Egg Farmers of Ontario Policies, Programs, Procedure2011

¹²⁴ Canadian Egg Marketing Agency Proclamation

¹²⁵ Egg Farmers of Ontario General Regulation

¹²⁶ Egg Farmers of Ontario Policies, Programs, Procedure2011

表 2-28 鶏卵の州別年間割当量（2012）

(単位：ダース)

	割当量	%
オンタリオ州	214,827,519	36.9%
ケベック州	108,467,912	18.6%
ブリティッシュコロンビア州	70,711,082	12.2%
マニトバ州	61,030,688	10.5%
アルバータ州	52,054,819	8.9%
サスカチュワン州	26,169,611	4.5%
ノバスコシア州	20,937,591	3.6%
ニューブランズウィック州	11,967,730	2.1%
ニューファンドランド・ラブラドール州	9,296,896	1.6%
プリンスエドワードアイランド州	3,468,119	0.6%
ノースウエスト準州	3,033,910	0.5%
合計	581,965,877	100.0%

出所:EFC, Annual Report (2012)

(ii) 生産者価格の設定

鶏卵は採卵場で生産されたのち、食卓用卵と加工用卵で異なる流通経路をとる。食卓用卵は、採卵されたのち登録された等級付施設（Grading Station）を経由し、卸売、小売へと販売される。等級付施設では、洗浄、格付、包装などを行い、小売業者に販売される（図2-11 鶏卵の生産から消費までの流通過程）。加工用卵は、生産者から加工業者に直接販売される。現在、加工用液卵市場は成熟産業であり、鶏卵出荷量全体の約77%を占める。2012年の加工卵の生産量は約1万kgであった。加工用卵には液卵、凍結卵、粉卵も含まれる。

鶏卵の供給管理政策においては、食卓用卵と加工用卵で鶏卵の生産者価格の設定方法が異なる。

(a) 食卓用卵の価格

食卓用卵の場合、生産者が等級付機関に販売する際の最低取引価格が食卓用卵の生産者価格となっており、この価格はカナダ鶏卵協会が開発した生産費算式（COP）をもとに州の鶏卵マーケティング・ボードが決定する。この生産費算式は、生産者が合理的な利益を得られる水準を確保するよう開発されており、生産費として飼料費、労働費、雛代などが含まれる¹²⁷。

(b) 加工用卵の価格

加工用卵の生産者価格はカナダ鶏卵協会と加工業者との交渉により決定される全国統一

¹²⁷ なお、この生産費調査の対象は採卵鶏飼育規模1万から5万場の生産者を対象としており、比較的大規模な生産者の経営安定に有利な側面がある。（松原豊彦「カナダの農産物マーケティング・ボード—その現状と課題—」76頁。）

価格である。

(iii) 輸入規制

現在、鶏卵には WTO 上の輸入規制である関税割当措置が実施されている。同措置によりミニマムアクセスに相当する関税割当枠 (TRQ) と二次関税が設定されている。生卵、加工用卵が対象で、これらの関税割当枠内の一次関税はほぼ無税か、低い水準となっている。関税割当枠を上回る輸入分には高い二次関税率が賦課される。たとえば、鶏卵には 154.7% -274.5% の二次関税率が賦課されている。

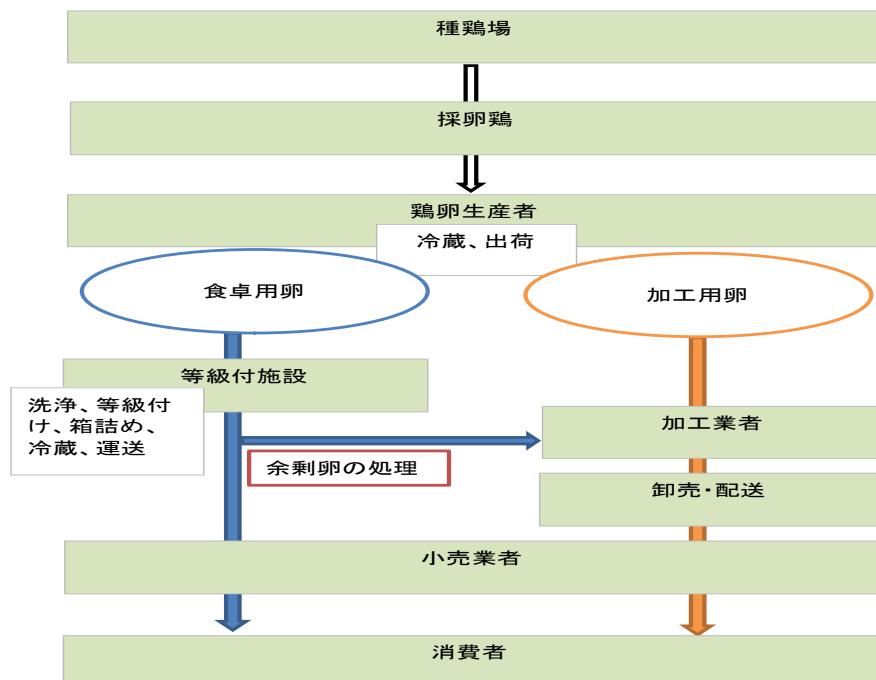
(iv) 余剰卵の処理

食卓用卵の供給が過剰となる場合には、カナダ鶏卵協会は産業生産プログラム (Industrial Products Program) のもと等級付施設から余剰卵を買い入れ、液卵、乾燥卵、粉末卵などにして加工業者に販売する。同プログラムの加工用卵の価格は米国の加工卵用の価格¹²⁸を参照する。

(v) 生産者への支払

生産者は食卓用、加工用、余剰卵を均一化した価格に鶏卵の出荷量を乗じて算出された金額を受け取る。

図 2-11 鶏卵の生産から消費までの流通過程



出所:松原豊彦「カナダの農産物マーケティング・ボード—その現状と課題—」をもとに
MURC 作成

¹²⁸ 2013 年 3 月にカナダ鶏卵協会と加工業者間で合意された価格協定 (New Pricing Model) に従う。

(4) 鶏卵の供給管理政策における連邦レベル及び州レベルの組織の概要

(i) カナダ農産物協議会

カナダ農産物協議会は、農産物エージェンシー法に基づき設立された連邦の政府機関で、カナダ鶏卵協会の運営状況の監査等を実施している。(詳細は、1.4(4)(i)を参照。)

(ii) カナダ鶏卵協会 (EFC)

カナダ鶏卵協会は農産物エージェンシー法に基づき1972年に設立された連邦の鶏卵の農産物マーケティング・ボードである¹²⁹。カナダ鶏卵協会の理事会は州ボードの生産者、カナダ家禽類及び鶏卵の加工業者、消費者の代表者の15名からなる。主な役割は、全国の総供給量の計画(カナダ鶏卵販売エージェンシー法布告¹³⁰第1条)、全国の鶏卵の総生産・出荷量の決定、各州への生産・出荷割当の配分(第2条)、ライセンスの付与(第9条)、生産費算式の開発、余剰卵の買い入れ等である。

主な収入源は鶏卵の売上や州のマーケティング・ボードから上納されるボードの運営賦課金等である。2012年の収入総額は2.7億ドルであり、そのうち、運営賦課金による収入は1.8億ドルを占める。なお、2012年に2.2万ドルの政府保証付き投資を受けた¹³¹。

(iii) 州の組織

州の鶏卵マーケティング・ボードは、カナダの10州に設置されている。その共通の役割は、州内生産者へ生産・出荷割当の配分、生産者へのライセンスの管理、食卓用卵の価格決定等である。オンタリオ州鶏卵生産者協会は、州内の鶏卵生産者への生産・出荷割当の配分やライセンスの管理等を実施しているほか、生産者への生産・出荷割当の超過に対する課徴金の賦課や生産・出荷割当の売買取引の仲介等を行う(オンタリオ鶏卵生産者協会一般規則¹³²第2.1条)。

ケベック州ではケベック州鶏卵生産者協会(Federation des producteurs d'oeufs de consommation du Quebec)が同様の供給管理を実施する。

州のマーケティング・ボードは以下の通りである。

- British Columbia Egg Marketing Board ブリティッシュコロンビア州鶏卵生産者協会
- Egg Farmers of Alberta アルバータ州鶏卵生産者協会
- Saskatchewan Egg Producers サスカチュワン州鶏卵生産者協会
- Manitoba Egg Farmers マニトバ州鶏卵生産者協会
- Egg Farmers of Ontario オンタリオ州鶏卵生産者協会
- Federation des producteurs d' oeufs de consommation du Quebec ケベック州鶏卵生産者協会

¹²⁹ 以前はカナダ鶏卵マーケティング・エージェンシー(Canadian Egg Marketing Agency)と呼ばれていた。

¹³⁰ Canadian Egg Marketing Agency Proclamation

¹³¹ EFC Annual Report 39頁。

¹³² Egg Farmers of Ontario General Regulation

- New Brunswick Egg Producers ニューブランズウィック州鶏卵生産者協会
- Nova Scotia Egg Producers ノバスコシア州鶏卵生産者協会
- Egg Producers of Prince Edward Island プリンスエドワードアイランド州鶏卵生産者協会
- Egg Farmers of Newfoundland and Labrador ニューファンドランド・ラブラドル州鶏卵生産者協会

1.8. 結論

カナダの農業部門における供給管理政策の重要性から鑑みると、供給管理政策が今後すぐに完全に廃止されることはないと思われる。しかし、カナダの酪農・家禽類産業がより競争力のある産業となるためには、供給管理政策の仕組みを柔軟化させていくことが必要であり、生産者及び政府一体となった取り組みが必要である。

2. カナダ小麦ボードについて

2.1. はじめに

カナダは世界有数の小麦生産国であり、かつ輸出国である。FAOSTATによると、カナダは世界第7位の小麦生産国（2012年）であり、世界第4位の小麦輸出国（輸出量、2011年）である。また、小麦はカナダの農業に占める比重も大きく、2012年の生産量は2,701万2,900トン、生産額は35億5,875万7,000米ドル¹³³で、生産額にして、全農畜産物の中でナタネ（rapeseed）と豚肉（meat indigenous, pig）に次ぐ第三位の品目であった。

2013年の小麦生産量は1,378,987ブッシュエルで過去最高を記録した。2005年以降の小麦生産量の内訳は、例年、春小麦が7割前後、デュラム小麦が2割前後、その他冬小麦が1割前後となっている。

最大の生産地は、サスカチュワント州で、2013年の小麦生産量は672,350ブッシュエルで全体の約5割を占めている。次いでアルバータ州が415,270ブッシュエル、マニトバ州が189,600ブッシュエルとなっている。

表 2-29 小麦生産量（2005-2013年）

（単位：ブッシュエル）

種類	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
カナダ全体									
小麦全体	946,098	928,342	738,196	1,051,577	990,244	856,109	929,178	999,616	1,378,987
デュラム小麦	217,325	122,950	135,270	202,800	198,400	111,140	153,300	170,000	239,000
春小麦	654,172	684,067	507,255	674,167	678,761	644,089	662,077	692,445	1,000,862
その他冬小麦	74,601	121,324	95,672	174,610	113,083	100,880	113,801	137,171	139,125
マニトバ州									
小麦全体	87,000	139,435	118,000	157,300	152,300	119,450	81,900	144,145	189,600
デュラム小麦	575
春小麦	83,000	120,865	90,750	119,950	136,150	105,300	69,900	108,245	160,800
その他冬小麦	3,425	18,570	27,250	37,350	16,150	14,150	12,000	35,900	28,800
サスカチュワント州									
小麦全体	476,650	408,000	334,180	453,500	477,430	351,500	423,500	467,650	672,350
デュラム小麦	179,250	98,800	110,650	163,200	161,900	95,640	130,500	143,100	207,000
春小麦	292,100	299,500	206,190	269,000	300,380	247,800	284,300	296,450	449,800
その他冬小麦	5,300	9,700	17,340	21,300	15,150	8,060	8,700	28,100	15,550
アルバータ州									
小麦全体	307,600	275,700	223,260	321,000	273,400	301,345	324,800	307,500	415,270
デュラム小麦	37,500	24,150	24,620	39,600	36,500	15,500	22,800	26,900	32,000
春小麦	263,100	245,400	192,190	267,200	227,100	276,145	292,400	273,000	373,670
その他冬小麦	7,000	6,150	6,450	14,200	9,800	9,700	9,600	7,600	9,600

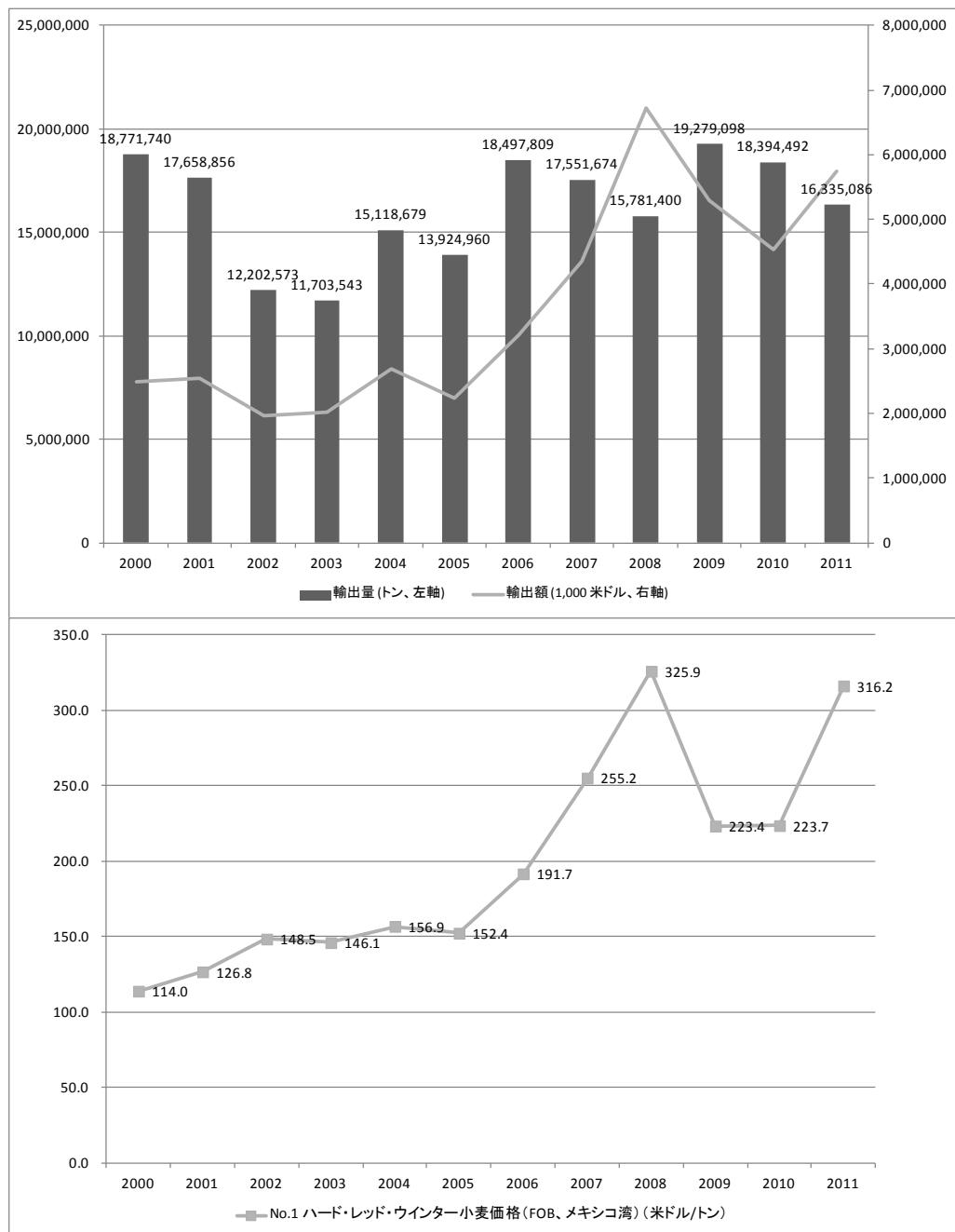
出所：Statistics Canada より作成。

¹³³ 断りがない限りカナダドルを指すこととし、アメリカ合衆国ドルについては米ドルと表記する。1カナダドル=91.07円（2014年2月25日のTTBレート）。

図 2-12 は、2000 年以降の小麦の輸出量と輸出額を示している。輸出量は年によってバラつきがあるものの、2003 年の 1,170 万トンを底に漸増傾向にある。なお、過去最高の小麦輸出量は 1992 年に記録した 2,364 万 4,752 トンである。

輸出額は 2000 年代半ばまでは比較的横ばいであるが、2005 年以降急激に伸びており、2008 年に過去最高の 67 億 2,765 万米ドルを記録した。2005 年から 2008 年にわたって輸出量が伸びていないにもかかわらず、輸出額が増加している要因として、世界的な小麦価格の高騰が考えられる。カナダの小麦輸出額と No.1 ハード・レッド・ウインター小麦の国際価格との関係を見ると、2005 年以降のカナダの小麦輸出額は国際価格と相関していることが読み取れる。

図 2-12 小麦の輸出量・輸出額、および小麦の国際価格の推移（2000-2011 年）



出所：輸出量および輸出額は FAOSTAT より作成。小麦価格は IMF Primary Commodity Prices より作成。

表 2-30 は主要な小麦輸出相手国を示している。最大の輸出相手国は米国で、2011 年の輸出量は 192.4 万トン、輸出額は 6 億 3,264 万米ドルであった。次いで韓国、日本、イタリア、バングラデシュとなっている。日本もカナダの主要な小麦輸出相手国であり、2011 年は 134.1 万トン、金額にして 4 億 7,581 万米ドルの小麦を日本に輸出している。

表 2-30 主要小麦輸出相手国

(単位 : 1,000 米ドル、トン)

	2008		2009		2010		2011	
	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量	輸出額	輸出量
米国	1,052,302	2,401,245	689,255	2,341,481	527,644	2,195,500	632,637	1,924,848
韓国	58,165	146,157	45,493	177,154	209,613	853,896	481,157	1,354,009
日本	520,759	1,190,876	265,927	981,923	270,443	1,082,594	475,807	1,341,503
イタリア	243,853	553,487	317,726	1,019,150	262,273	1,074,060	355,435	972,224
バングラ デシュ	115,837	306,092	216,721	836,751	283,577	1,129,061	318,883	913,706
インドネ シア	445,203	1,107,176	216,079	821,155	186,515	734,564	296,806	851,388
ベネズエ ラ	324,126	652,071	245,632	888,161	217,441	876,753	293,037	815,603
メキシコ	170,692	475,406	213,210	841,972	214,017	871,869	284,059	821,601
スリラン カ	299,493	740,070	216,353	842,626	253,618	1,003,367	257,768	736,202
コロンビ ア	79,721	200,609	105,554	406,964	129,402	519,883	212,836	606,464

出所 : FAOSTAT より作成。

このように小麦はカナダを代表する農産品であるが、この数年でカナダの小麦生産・流通を取り巻く環境は大きく変化した。特に 2012 年 8 月のカナダ小麦ボード (Canadian Wheat Board: CWB) の小麦専売制廃止はカナダの穀物政策における重大な転換点として位置付けることが出来る。本節では、CWB の専売制廃止に至る経緯とその後の動向、及び CWB の今後の展望について検討する。なお、検討に際しては、適宜カナダの農業政策全体から見た専売制および専売制廃止の意義を考慮に入れることとする。なぜなら、CWB の専売制は CWB だけの努力によって維持されていたわけではなく、鉄道の穀物輸送政策と各州の小麦ボードによって支えられていたのであり、カナダの農業政策全体から捉えることにより、専売制廃止に至る経緯やその意義に対するより深い理解が可能になるためである。

カナダの小麦流通管理はCWBの専売制と鉄道の穀物輸送政策、および各州の小麦ボードの 3 つによって支えられてきたが、平等主義的な鉄道政策¹³⁴は 1995 年に終了し、各州の小麦ボードも 2000 年代に合併が進み、小麦生産者の互助組合から営利を追求する株式会社へと変容した。このようにカナダの平等主義的な小麦流通管理を支えていた 3 つのうち 2 つの構成要素が失われ、最後に残ったのがCWBの専売制だったのであり、2012 年 8 月の専売制廃止は、カナダの穀物政策が自由主義的なものに変容したことを意味する重要な意義をもつといえる。

以下、CWB の専売制創設および廃止に至る経緯を概観し、専売制廃止以後の動向と今後の展望について検討する。

¹³⁴ 平等主義的な鉄道政策とは、不利な条件下にある穀物生産者の生産リスクとコストを低減させる政策であり、具体的には連邦政府による穀物輸送鉄道運賃の半額補助や鉄道支線廃止抑制のための助成措置などを指す。詳細は 2.3 で後述する。

2.2. 創設の経緯

CWBは1935年に連邦政府の公社として設立された国家貿易企業である。1943年から平原州の小麦生産者を代表して輸出向けと国内食用向け小麦を独占的に販売してきた（1949年以降は大麦も専売制販売の対象となる）。

CWBが設立される背景には、20世紀初頭、平原州において農家が穀物商社や鉄道会社の独占に対抗した運動がある¹³⁵。1920年代に平原州3州で「小麦プール」と呼ばれる共販農協が設立された。小麦プールは小麦生産者の支持を集めましたが、1929年の世界恐慌と農産物価格暴落により経営が破綻し、連邦政府の管理下に置かれた。1935年に制定されたカナダ小麦ボード（CWB）法により、CWBが設立されると、CWBが各州の小麦プールが行っていた共同販売を担うこととなった。設立当時は選択販売制が採用され、農家は販売先をCWBと他の商社から自由に選択できた。しかし、当時食料不足に苦しんでいた英國に穀物を輸出するために強力な権限を持つ組織が必要となったことから、1943年、戦時措置法（War Measures Act）に基づいてCWB法が改正され、CWBが小麦の輸出・販売を独占的に実施する機関となつた¹³⁶。

¹³⁵ 設立の経緯については、松原豊彦（2009）「カナダの次世代農業・食料政策とCWBの大麦輸出版売政策」農林水産省『平成20年度 海外農業情報調査分析事業北米地域事業実施報告書』、101頁を参照。

¹³⁶ Carter, Colin A. and R.M.A. Loyns (1998), *The Canadian Wheat Board: Its Role in North American State Trading*, Institute of International Studies (Stanford University), p.5. 第二次世界大戦後のカナダは、完全雇用、高い経済成長率、物価の安定、貿易収支の均衡、所得の平等な分配が政府の政策目標に据えられ、ケインズ主義的な経済政策が実施されたが、こうした中で第二次世界大戦中に導入された農業政策が定着していった。CWBの専売制も戦時措置法に基づく臨時の措置であったが、1947年にCWB法が改正され、戦後も維持されることになった。松原豊彦（1996）『カナダ農業とアグリビジネス』法律文化社、155頁、171-172頁。

図 2-13 平原州地図



出所：MURC 作成

カナダの農業政策は1950年代に骨格が形成され、その目標は「生産と価格のリスクを減らし、公正で安定した農業所得をもたらすことであった¹³⁷」とされる。特に第二次世界大戦後のカナダの農業政策のあり方に大きな影響を及ぼしたのは農業生産者の低所得問題であり、その要因である、①農産物の買い手と売り手の不均等な力関係、②価格と生産の不安定性と不確実性、③土地・労働・資本の不十分または不適当な利用といった諸問題の解消がカナダの農業政策の基軸となった¹³⁸。詳しくは2.3にて後述するが、CWBの専売制やプール制は、不利な条件下にある小麦生産者に平等な販売・出荷条件を保障するものであり、生産者の生産や価格のリスクを最小化することを目的としている。こうした平等主義的で生産リスクの最小化を目指したCWBの存在は、1950年代以降のカナダの農業政策の方向性と軌を一にしているといえる。

また、1935年にCWB法が制定され、その後もCWBの下での専売制が支持・正当化される背景には、当時の農家の多くが小規模かつ貧困に苦しんでおり、教育水準が低かったことがあった。農家の情報収集手段および能力は限られており、各農家が個別に市場で販売するよりも、CWBのもとで独占的に販売するほうがより有利な条件で小麦を販売できると認識されていたのである¹³⁹。農家を手厚く保護するCWBの存在および農業政策が許容され

¹³⁷ 松原豊彦（1995）「現代カナダの農業政策」『立命館経済学』第43巻第6号、196頁。

¹³⁸ 松原豊彦（1995）「現代カナダの農業政策」『立命館経済学』第43巻第6号、196頁。

¹³⁹ Boyd, Milton (2011), "Removal of the Canadian Wheat Board Monopoly: Future Changes for

たのは、当時の小麦農家が所得や能力が低い脆弱な存在として認識されていたからといえる。

2.3. 専売制廃止以前の権限・役割

CWBは、小麦生産者の市場への公平なアクセスを確保し、生産者の生産や価格のリスクを最小化することを目的（CWB法第5条、第7条、第28条等¹⁴⁰）としており、CWBによる流通管理を通じてその目的の達成が図られる。CWBの流通管理の対象地域は平原州（マニトバ州、サスカチュワン州、アルバータ州、およびブリティッシュ・コロンビア州のピースリバー地域（Peace River District））であり（CWB法第2条）、その他の地域は自主流通となる。CWBの管理対象穀物は、平原州産の小麦、オーツ、大麦、ライ麦、アマニ、ナタネおよびキャノーラであるが（CWB法第2条）、州際取引および国際貿易の管理の対象となるのは小麦とオーツ、および大麦であり（CWB法第45条、第47条）、残りの穀物について、CWBの管轄となるのは出荷割当とエレベーターまでの出荷にとどまる¹⁴¹。また、1980年代後半以降、キャノーラ、アマニ、ライ麦、ナタネ、オーツが出荷割当の対象から外された¹⁴²。

専売制廃止前のCWBの流通管理は、①出荷割当、②専売制度に基づく販売業務の独占、③価格プール制による生産者への出荷代金の決算、の3つによって成り立っていた。なお、③の価格プール制は、専売制廃止後も維持されている（専売制廃止後の価格プール制については2.6で後述）。以下、それぞれについて説明する¹⁴³。

（1）出荷割当

CWBが小麦の需給動向に基づいて小麦出荷量を決定し、それを出荷割当として個々の生産者に配分する（CWB法第28条（f））。出荷割当のプロセスであるが、表2-29が示すとおりカナダは春小麦を中心であるため、春の播種期以前に穀物別にCWBが全体の最低割当量を発表する¹⁴⁴。各生産者は最低割当量を知った上で、穀物別に生産に充当する予定の作付面積をCWBに通知する。CWBは農家の予定作付面積を把握した上で、その合計面積を穀物ごとのエーカー当たり出荷割当量を換算し、必要であれば穀物の等級も含めて出荷許可書¹⁴⁵に明記する。出荷割当が主たる抑制手段であることから、作付面積は必ずしも規制さ

Farmers and the Grain Industry,” Policy Series, No.115, pp.6-7.

¹⁴⁰ CWB法の条文は、カナダ政府のJustice Laws Websiteを参照している。

<http://lois-laws.justice.gc.ca/eng/acts/C-24/20030101/P1TT3xt3.html>（2014年3月3日アクセス）

¹⁴¹ 経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD諸国の農業政策（中巻）』大明堂、118頁。

¹⁴² 松原豊彦（1996）『カナダ農業とアグリビジネス』法律文化社、214頁。

¹⁴³ CWBの権限と役割については、松原豊彦（2009）「カナダの次世代農業・食料政策とCWBの大麦輸出販売政策」農林水産省『平成20年度 海外農業情報調査分析事業北米地域事業実施報告書』、101-102頁、および小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第22号、34-35頁を参照。

¹⁴⁴ 出荷量の配分については、次の文献を参照。経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD諸国の農業政策（中巻）』大明堂、118頁。

¹⁴⁵ 出荷許可書（permit book）とは、CWBが出荷を認めた生産者に発行する許可書で、農地の作付面積

れない¹⁴⁶。個々の農家の予定作付面積¹⁴⁷を把握し出荷割当量を定めることによって、CWBが小麦出荷量を調整することが可能となる。

(2) 専売制度（シングルデスク）

小麦の州際取引および輸出に関するCWBによる販売業務の独占のことであり、取引相手との販売量、価格などの取引交渉はCWBの専決事項となっていた（CWB法第45条）。CWBの扱う小麦の多くは輸出向けであった。CWBに独占的に販売・輸出を一本化することで、個々の農家が単独で取引するよりも取引交渉を有利にさせ、不利な条件での競争を回避することができる。また、専売制によって、輸出相手国との長期取引関係が形成されること、農家に対する技術支援・情報提供に関して規模の経済が働くという利点もある。

(3) 価格プール制

CWBが販売する小麦の収益はプール計算¹⁴⁸に基づいて生産者に還元される。生産者はエレベーター¹⁴⁹に小麦を出荷した時点で、CWBから当初支払い（イニシャル・ペイメント）を受け取り、作物年度（8月1日～翌年7月31日）を通してCWBが販売した売上総計から、CWBの経費（人件費、管理費、利子など）を差し引いた金額が中間支払いおよび最終支払いによって各生産者の出荷量に応じて配分される。当初支払いの額はトンないしブッシュエル当たりの単価で示され、CWBが市況や経済情勢に基づき設定している。最終支払いは作物年度終了後に行われる。最終支払いでは、生産者はいつ、どこに出荷したかにかかわらず、同一銘柄、同一等級の小麦に対して同一のプール価格を受け取ることになる。

自由な市場競争原理に基づけば、生産者ごとの出荷・販売条件の差異（生産者の出荷量の多寡やエレベーターの立地条件など）に応じて生産者の出荷代金にも差が生じるはずであるが、プール制のもとでは様々な差異がならされて、流通コストは均等に配分される。プール制によって不利な条件にある小麦生産者も平等な販売・出荷条件が保障されるが、このような平等理念に基づくプール制はCWBの基本理念を体現したものであり、前述のとおり、1950年代以降のカナダの農業政策と方向性を同じくするものである。

また、以上のCWBの流通管理制度を支えるものとして政府保証と鉄道会社の穀物輸送政策がある。政府保証とは、連邦政府が当初支払いやCWBの事業資金の借入、信用販売への保証を与えることである。当初支払いに対する政府保証とは、最終支払いにおけるプール価格が当初支払い額を下回った際に政府がその差額を補填することであり、CWBへの出荷

とCWBに出荷することが認められる出荷割当量が記載されている。

¹⁴⁶ 出荷量の配分については、次の文献を参照。経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD諸国の農業政策（中巻）』大明堂、118頁。

¹⁴⁷ 出荷割当量を確保するためにある穀物に一定の作付面積を割り振ることをCWBに通知したとしても、在庫状況等に基づき、農家が独自の判断で予定通りに作付けしないこともあり得る。経済協力開発機構（佐々木敏夫・築館久枝・沼田鞆雄訳）（1976）『OECD諸国の農業政策（中巻）』大明堂、154頁（注12）

¹⁴⁸ プール計算とは、共同の収支計算によって計上した利益を事前に定められた割当に基づいて配分する手法である。

¹⁴⁹ エレベーターとは穀物の乾燥・調製・貯蔵のための施設である。穀物生産地にあるプライマリーエレベーター（カントリーエレベーター）と積出港等の集積地にあるターミナルエレベーターとに分けられる。

後に小麦価格が変動しても、小麦農家は当初支払い額分の収益は確保できる。この当初支払いへの政府保証は、小麦生産者への最低保証価格として、市場の変化に対するセーフティネットの役割を果たしている¹⁵⁰。

また、鉄道会社の穀物輸送政策は、CWBの小麦流通管理および専売制を支えたものとして重要である。カナダは東西に広い国であるため、小麦が生産される平原州から積み出し港までは2千数百キロの距離がある。こうした地理的特徴により、小麦輸送において鉄道輸送が重要な役割を果たしており、カナダ産小麦の輸出競争力は円滑な穀物輸送と輸送コストの多寡に左右されることとなる。そのため、連邦政府は鉄道インフラ整備や輸送運賃の設定に深く関与してきた¹⁵¹。

伝統的に連邦政府は鉄道会社に対して穀物輸送運賃の割引を要請し、その割引差額分を鉄道会社に補助金として支給してきた。1984年に制定された西部穀物輸送法（Western Grain Transportation Act: WGTA）により、鉄道会社に対する政府規制は緩和¹⁵²されたものの、連邦政府が穀物輸送のための鉄道運賃を半額補助することによって、穀物生産者の鉄道輸送運賃を軽減することが盛り込まれていた。鉄道運賃半額補助以外にも、WGTA制定以前から実施されてきた、物価上昇に伴う運賃上昇分に対する一部政府負担や鉄道支線を廃止することを抑制する助成措置は継承された。高コストを要する支線に対してもトン・マイル当たりの同一輸送運賃を適用する措置が実施されたが、政府の支援により、鉄道会社は追加運賃を徴収することなく支線の維持が可能となった。市場原理に従えば本来高い運賃が設定されてしかるべき支線にも同一運賃を適用することは、特に支線沿線の穀物生産者の輸送コストの大幅軽減につながった。

穀物輸送用貨車の配分・割当についても、WGTAのもと、連邦政府はCWBの穀物輸送が最優先されるように輸送用貨車の配分・割当を行ってきた。これにより円滑な穀物輸送が確保され、CWBが穀物の輸出契約を計画通りに実施することを可能にした。

こうした一連の政策は不利な条件にある穀物生産者の生産リスクとコストを低減させることに寄与するものであり、カナダの鉄道輸送政策は生産と価格のリスクの低減を目指した1950年代以降のカナダの農業政策を反映したものといえる。CWBの小麦流通管理や専売制は平等主義的な鉄道輸送政策に支えられていたが、こうしたCWBの流通管理と専売制を支えた諸条件は1990年代から変化し始める。以下、1990年代以降のカナダの農業政策の変化とその帰結としてのCWBの専売制廃止に至る経緯を概観することとする。

¹⁵⁰ 松原豊彦（2009）「カナダの次世代農業・食料政策とCWBの大麦輸出販売政策」農林水産省『平成20年度 海外農業情報調査分析事業北米地域事業実施報告書』、102頁。ただし、プール価格が当初支払いを下回ったのは2度しかなく、実際に政府保証が発動されることはない。

¹⁵¹ 以下の鉄道輸送政策については、松原豊彦（1995）「現代カナダの農業政策」『立命館経済学』第43巻第6号、202頁。小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第22号、36-37頁を参照。

¹⁵² 従来、連邦政府は鉄道会社に低率の固定運賃制を課していたが、WGTA制定により固定運賃制が廃止された。

2.4. 専売制廃止に至る経緯

(1) 1990 年代以降の農業政策の自由化

関税及び貿易に関する一般協定（GATT）の農業合意や米加自由貿易協定および北米自由貿易協定（NAFTA）といった貿易自由化合意の成立、平等主義的な鉄道輸送政策の行き詰まりによって、1990 年代以降、カナダの穀物政策は徐々に自由化されていくこととなる。

穀物輸送補助政策は、事実上の補助金であるとの批判が強まり、特に米国はカナダの鉄道輸送政策やCWBによる穀物流通管理をGATTや米加自由貿易協定に違反するとして強く批判した¹⁵³。こうした外圧に加え、穀物を輸送するために老朽化した支線を維持することは輸送コストを高め、鉄道会社の収益性を悪化させ、政府による鉄道会社の赤字補填が連邦政府の赤字増大を招き、その結果、赤字問題は国内政治上の重要問題となっていた¹⁵⁴。こうした国内外の要因により、1995 年、WGTAが廃止され、鉄道輸送政策が自由化されることとなった。

1990 年代の鉄道穀物輸送政策の転換は、CWBの小麦流通管理を支えたもう 1 つの要素であるサスカチュワン、アルバータ、マニトバの各州の小麦ボードのあり方にも大きな影響を与えた¹⁵⁵。米加自由貿易協定の締結により、1980 年代後半から米系穀物メジャーを中心とする穀物会社がカナダの穀物取引市場に参入し、各州の小麦ボードの事業を圧迫し始めた¹⁵⁶。各州小麦ボードの穀物集荷・出荷事業は協同組合主義に立脚し、事業領域内の全地域に平等で一律な事業展開をしていたことから、各州小麦ボードは不利な立地条件のプライマリーエレベーターの経営も可能な限り維持する必要があった。1995 年のWGTAの廃止により、鉄道の支線が廃止されるようになると、鉄道支線に位置していた多数のプライマリーエレベーターが営業停止を余儀なくされた。各州小麦ボードは不利な立地条件のプライマリーエレベーターの維持を諦め、組織存続のための経営戦略へと転換し、ハイスループットエレベーターへの集中投資を開始した。

エレベーター経営の合理化は、穀物流通におけるカナダの協同組合事業の変質を意味した。事業転換が最も早かったのがサスカチュワン小麦ボードであり、穀物集荷・出荷事業の維持・拡大のために老朽化したエレベーターの廃棄とハイスループットエレベーターの新規建設に積極的に取り組んだ。しかし、これらの改革には多額の資金が必要であったことから、サスカチュワン小麦プールは資金難に陥り、状況打開のため株式公募によって外

¹⁵³ 小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第 22 号、38 頁。

¹⁵⁴ 小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第 22 号、38 頁。

¹⁵⁵ 各州の小麦ボードは 1920 年代に協同出荷組織として設立された。生産者に前払い支払をし、プール計算に基づく出荷代金の精算をするなど、CWB の仕組みを先取りするものであった。1930 年代以降は CWB の流通管理と一体化し、それぞれの州を基盤に穀物と油糧種子の集荷・出荷事業を展開した。各州の小麦ボードも協同組合主義の平等原則に基づいており、また、各小麦ボード間も互いの事業領域を尊重し、協調的な関係を築いていた。小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第 22 号、33-34 頁。

¹⁵⁶ 以下の各州小麦ボードの再編過程については、次の文献を参照。小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第 22 号、44-52 頁。

部からの資金調達を行った。結果、サスカチュワン小麦プールは協同組合主義原則を放棄し、営利追求を目的とする法人企業へと生まれ変わったのである。

こうしたサスカチュワン小麦プールの積極的な事業転換を受けて、アルバータ小麦プールとマニトバ小麦プールも生き残りのために合併し、Agricore が誕生した。Agricore もサスカチュワン小麦プールと同様の経営戦略を採用したため、各州の小麦ボードはいずれも協同組合主義ではなく営利目的を追求する法人企業へと生まれ変わったのである。

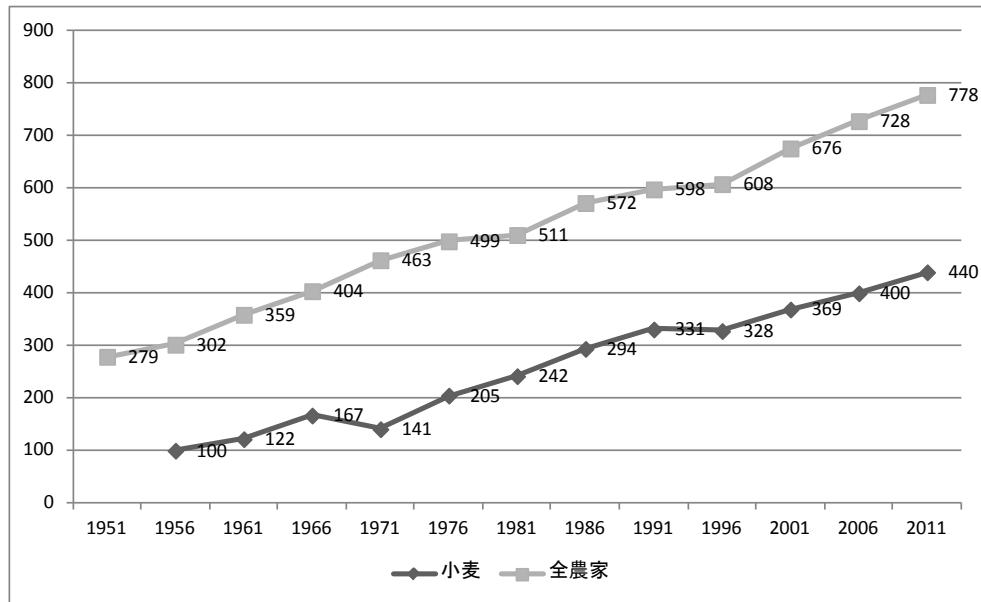
その後、Agricore は、各州の小麦プールとは異なるが同じく協同組合主義に基づく穀物取引・流通事業を行っていた UGG (United Grain Growers) と 2001 年に合併し、Agricore United となった。Agricore の組織形態は名目的には協同組合であったが、合併した Agricore United は名実ともに法人企業であった。さらに Agricore United は 2007 年にサスカチュワン小麦ボードと合併し、Viterra が誕生した。この各州の小麦ボードの事業転換・合併の動き、そしてその帰結としての Viterra の誕生は、従来穀物取引・流通を担っていた協同組合が解体・消滅し、収益最大化を目的とする営利企業が穀物取引・流通の担い手になったことを意味する。鉄道穀物輸送政策の転換と各州小麦ボードの再編によって、CWB の小麦流通管理を支えてきた 2 つの要素がなくなり、残るは CWB の専売制のみとなったのである。

また、カナダ国内におけるCWBの専売制に対する支持も以前ほど確固たるものではなくなっていた。図 2-14 は農家および小麦農家当たりの平均農地面積を示しているが、1950 年代以降、ほぼ一貫して増加傾向にある。2.2 で前述したとおり、CWB の専売制が支持・正当化されたのは、当時の農家の多くが小規模かつ貧困に苦しむ脆弱な存在という認識があったことによる。しかし、農家は以前ほど脆弱な存在とはいえなくなり、特にCWBの専売制廃止派は、農家が大規模化していること、教育レベルや情報収集能力が向上していること、起業家精神が高まっていること、農家が年間 100 万ドル以上売り上げていること、自由出荷を望む農家が増えていること等を挙げて、これ以上CWBが流通管理を続ける理由がないと主張するようになった¹⁵⁷。

¹⁵⁷ Boyd, Milton (2011), “Removal of the Canadian Wheat Board Monopoly: Future Changes for Farmers and the Grain Industry,” *Policy Series*, No.115, pp.6-7.

図 2-14 農家当たりの平均農地面積

(単位: エーカー)



出所: Statistics Canada より作成。

小麦農家が専売制支持一色でなかったことは、CWBの農民選出理事の内訳からも読み取れる。1998年の組織再編により、CWBの理事は15名に増員され、うち10名の理事が農民から選出されるよう改められた¹⁵⁸。農民選出理事のCWBの流通管理に対する意識は必ずしも専売制支持一辺倒というわけではなかった。1998年に選出された農民選出理事10人のうち、従来のCWBの流通管理に賛成する理事は8名、反対は2名であったが、2000年の選挙の際は、改選された5名の理事のうち、3名がCWBの流通管理に賛成、2名が反対であった¹⁵⁹。CWBの専売制廃止が決定される2011年時点での農民選出理事の内訳は、後述のとおり専売制支持が8名と多数派であり、農民選出理事の専売制に対する態度は一様ではないものの、2000年の選挙結果は、CWBの理事においても常に専売制が圧倒的な支持を得ていたわけではないことを示している。

そのほか、2000年代に入ると、アルバータ州などの穀物生産者を中心に自由出荷を求める生産者が、CWB以外への穀物の出荷・販売を法的に禁止することは個人の自由を侵害し

¹⁵⁸ 1998年にCWBの組織再編に関するBillC-4が採択される。それまでは政府がCWBの役員、総裁を任命していたが、新法により、新理事会は政府任命の5人の理事と農民選出による10人の理事によって構成されることとなった。農民選出理事の半数は、二年おきに選挙で入れ替わる。最初の農民投票による理事の選出は1998年10月である。小沢健二(2009)「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第22号、p.57。

¹⁵⁹ 小沢健二(2009)「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第22号、pp.57-58。

違憲であるとして裁判所に提訴を繰り返すなど¹⁶⁰、CWBの流通管理に対する支持は減少しつつあった。

(2) 穀物農家市場取引自由法の成立と専売制の廃止

2007年1月に連邦総選挙で勝利したハーパー保守党政権は、CWBの専売制廃止に向けた改革に着手する。大麦が対象ではあったが、2007年5月に連邦政府が大麦輸出の選択制を閣議決定する¹⁶¹。この決定は連邦裁判所によって無効と判断されてしまうが（コラムにて後述）、2008年3月に連邦政府は、CWBの専売対象穀物の変更権限を連邦議会から内閣の閣議決定事項に移すというCWB法改正案を議会に提出した。この法案は総選挙のために廃案となったが、ハーパー保守党政権はCWBの専売制廃止を進めようとした。

2011年5月の総選挙で過半数以上の議席を獲得したハーパー保守党政権は、CWBの専売制廃止を実施することを掲げた¹⁶²。2011年時点のCWBの農家選出理事の構成は、10名中8名が専売制賛成派、2名が専売制反対派であったが¹⁶³、ハーパー保守党政権は、2011年10月、CWB改革を規定した「穀物農家市場取引自由法（Marketing Freedom for Grain Farmers Act）」の法案を議会に提出した。審議の結果、同年12月、下院が賛成153票、反対120票、上院がそれぞれ51票と33票という結果で同法案は可決された¹⁶⁴。

同法のもと、2012年8月に専売制が廃止され、CWBが存続するためには4年以内、すなわち2016年までに民営化のための申請書（application）を作成し、農務農産食品大臣に提出しなければならない（穀物農家市場取引自由法第42条¹⁶⁵）。申請書が採択されれば、2017年に民営化がなされるが、条件を満たせず民営化がなされないとCWBは解散することになる（同法第46条）。

CWB法も改正され（CWB（暫定事業）法、Canadian Wheat Board（Interim Operation）Act, S.C.2011, c.25,s.14）、改正法のもとでは理事会は5名によって構成されることとなった。専売制が廃止された後の民営化または解散までの移行期間は、当初支払いや借入に対する政府保証は継続され、CWBの組織改革や専売制廃止に必要な財政的な援助などについても政府が支援することが決まった。

穀物農家市場取引自由法の成立により、1943年以来、約70年間続いたCWBの専売制が廃止されることとなった。CWBの専売制廃止は、1990年代以降のカナダの農業政策の自由化の流れの中にあり、平等主義的な鉄道輸送政策の転換など、CWBの流通管理の仕組みを支えていた環境が変わり、最後に残るCWBの専売制が改革の対象になったと位置付けることができる。専売制が廃止されたことで、次なる関心は、CWBが存続できるのか、存続す

¹⁶⁰ 小沢健二（2009）「小麦の国際市場の構造とカナダ小麦局をめぐる諸問題—穀物出荷協同組合の消滅のなかで穀物の国家貿易の存続は可能か—」『農業研究』第22号、p.62。

¹⁶¹ 松原豊彦（2009）「カナダの次世代農業・食料政策とCWBの大麦輸出版売政策」農林水産省『平成20年度 海外農業情報調査分析事業北米地域事業実施報告書』、106-107頁。

¹⁶² “Single desk elimination a priority, says Harper,” *The Western Producer*, 16 June, 2011.

¹⁶³ “Single desk candidates almost sweep,” *The Western Producer*, 16 December, 2010.

¹⁶⁴ “Historic vote ends CWB single desk,” *The Western Producer*, 1 December, 2011. “Conservatives’ CWB bill clears Senate, royal assent,” *Canadian Cattlemen*, 16 December, 2011.

¹⁶⁵ 穀物農家市場取引自由法の条文は、カナダ政府のJustice Laws Websiteを参照している。

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/M-1.5/> (2013年2月18日アクセス)

るとしてカナダの小麦市場においてどの程度の影響力を持つのか、専売制廃止はカナダの小麦市場全体にいかなるインパクトを与えるのか、に移ったといえる。専売廃制から 2014 年 2 月までに至る経緯、およびその評価については 2.5.以降で扱うこととする。

2.5. 専売制廃止後の経緯とその影響

穀物農家市場取引自由法の成立により 2012 年 8 月に CWB の専売制が廃止された。2012-2013 年は専売制廃止初年度ということもあり、CWB の今後を占う上で重要な年であった。

2012 年 8 月時点において、CWB のホワイト (Ian White) 会長は、CWB のプール制は市場の不安定性に対する効果的なツールとして認識されていることから、CWB のプール制のもとで販売・委託される小麦の量は、西部で生産される全生産量の 30-40% に達すると見込んでいた¹⁶⁶。同年 11 月時点でも、CWB は西部カナダで生産される小麦、デュラム小麦、モルト用大麦の 30-40% のシェアの確保は可能との見方を維持していた¹⁶⁷。

しかし、蓋を開けてみると、2012 年は小麦が高値で取引されていたことも影響し、CWB が確保できると見込んでいた量を下回った。2012-2013 年の CWB の取扱量の正確な数字は不明であるものの、10~15% 程度の量の確保にとどまったとの見方もあり、CWB 自体も当初見込みを確保できなかつたことは認めている¹⁶⁸。

専売制の廃止により、CWB は他の穀物企業と競争しなければならず、そのためには顧客となる農家に対して何らかの付加価値を示さなければならない。プール制は CWB の独自の制度であり、他の穀物企業が提供しないサービスであるため、CWB の強みとなるという穀物企業の指摘もあるが¹⁶⁹、少なくとも 2012-2013 年については、プール制は CWB のシェア獲得に貢献したとはいえない（専売制廃止後のプール制については 2.6 で後述）。2012-2013 年度のプール価格は、最も高い早期デリバリー・プール制で、プロテイン 13% の 1 等西部産アンバーデュラム (No.1 CWAD) がトン当たり 339.13 ドルであったのに対し、同年度の同級銘柄の小麦の年度平均価格は 385.44 ドルであり、プール価格を上回っている（表 2-31 および表 2-32 参照）。同様の傾向は、他の銘柄についても当てはまり、高価格が予想される年においては、CWB のプール価格は農家にとって魅力的な金額となっていない。

しかし、それでも専売制廃止初年度は新たな環境でのリスクをヘッジするために CWB に出荷した農家が少なくなかったとの見方があり、そのため、専売制廃止 2 年目はさらに CWB への出荷量が減少すると予想する報道記事もある¹⁷⁰。

¹⁶⁶ “CWB announces initial payments,” *The Western Producer*, 31 July, 2012.

¹⁶⁷ “CWB looks for options to boost market share,” *The Western Producer*, 9 November, 2012.

¹⁶⁸ “CWB equity deal targets farmers,” *The Western Producer*, 25 Oct., 2013.

¹⁶⁹ ジェトロ (2012) 『カナダ小麦局 (CWB) の専売廃止と今後の行方』 p.2。

http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001143/report_rev.pdf

¹⁷⁰ “CWB privatization plan info low-key and unclear,” *The Western Producer*, 26 Sep., 2013.

表 2-31 2012-13 年の CWB のプール価格

(単位 : ドル/トン)

	No.1 CWAD*	No.2 CPSR	No.1 CWRS	No.1 CWRS
	13.0%**	11.0%	13.5%	12.5%
早期デリバリー・プール制 (Early Delivery Pool)				
当初支払い	258.25	222.00	261.20	255.00
合計	339.13	302.76	336.43	332.76
ハーベスト・プール制 (Harvest Pool)				
当初支払い	258.25	222.00	261.20	255.00
合計	327.43	294.01	311.32	307.79
冬季プール制 (Winter Pool)				
当初支払い	258.25	222.00	261.20	255.00
合計	330.56	284.50	301.66	298.28

* CWAD : カナダ西部産アンバーデュラム、CPSR : カナダ平原州産スプリングレッド、

CWRS : カナダ西部産レッズスプリング。

** 数値はプロテイン含有量の値。

出所 : CWB website. <http://www.cwb.ca/farmer-payments#201213payments> (2014 年 2 月 21 日アクセス)

表 2-32 小麦価格推移

(単位 : ドル/トン)

	小麦				デュラム	
	No. 1 CWAD 13.0%*	No. 2 CPSR 西岸輸出 (見積)	No. 1 CWRS 西岸輸出 (見積)	No. 1 CWRS セントローレ ンス輸出 (見積)	US No. 1 HRW	No. 1 CWAD 13.0% セントローレ ンス輸出 (見積)
2014 年 2 月 7 日	387.47	334.03	332.30	N/A	320.83	N/A
2014 年 1 月 31 日	390.63	327.34	328.77	N/A	310.72	N/A
2014 年 1 月 24 日	388.31	330.18	330.48	N/A	313.51	N/A
2013 年 2 月 8 日	380.99	346.73	351.55	N/A	337.47	N/A
2012-2013 平均	385.44	340.04	365.12	365.82	343.61	394.37
2011-2012 平均	N/A	N/A	N/A	400.60	300.37	519.91
2013 年平均	359.74	296.25	312.90	345.34	328.33	360.32
2012 年平均	N/A	N/A	N/A	377.73	323.53	435.45
2011 年平均	N/A	N/A	N/A	433.65	320.54	545.30

*数値はプロテイン含有量の値。

** CWAD : カナダ西部産アンバーデュラム、 CPSR : カナダ平原州産スプリングレッド、

CWRS : カナダ西部産レッズスプリング、 HRW : ハードレッドウインター。

出所 : Ministry of Agriculture and Agri-Food website.

<http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-product-sector/crops/crops-market-information-canadian-industry/weekly-price-summary/?id=1378745200250> (2014 年 2 月 18 日アクセス)

CWB の専売制回復を訴える訴訟

2012年2月、Friends of the Canadian Wheat Board (FCWB) がCWBの専売制の再開と専売制廃止によって生じた損害の回復のための訴訟を提起した¹⁷¹。FCWBは、訴訟の目的として、農家によるCWBの民主的統制と農家が穀物を集団で販売する権利を回復することを掲げている。また、政府に対して、農家の利益を損なった補償として、170億ドルの損害賠償を求めるクラスアクションも提起している。

2013年1月17日、カナダ最高裁はCWB専売制廃止を定めた法律の再検討を求めるFCWBの訴えを棄却したため、政府の方針が覆ることはなくなった。170億ドルの損害賠償を求めるクラスアクションについても、2013年11月29日に連邦裁判所は訴えのほとんどを棄却したが、FCWBは上訴する意向である¹⁷²。

過去の裁判例¹⁷³

1. アルバータ州の大麦輸出シングルデスク廃止（1993年）

1990年代初めに、アルバータ州の大麦生産者団体が米国への大麦輸出に関して専売制廃止を要求し、同州政府はこれを支持する立場をとった。当時の進歩保守党政権は、「単一北米大麦市場政策」を発表し、その中で1993年8月1日から米国向けの大麦輸出について専売制を廃止、CWBと自由市場を選択できる「二重市場」に移行するとしたが、これに対して専売制維持の立場をとる当時最大の農協サスカチュワン小麦プールは、CWB法改正によらずに専売制を廃止することは違法な行政手続であると連邦裁判所に提訴した。同年9月10日、連邦裁判所はこの訴えを認めて、連邦政府の措置は違法であるとの判決を下した。同年10月の総選挙で進歩保守党が大敗し、代わった自由党政権は専売制維持を表明した。

2. CWB法改正案を巡る裁判（2008年）

2007年、連邦政府は閣議決定で大麦を専売制の対象から取り除こうとしたが、裁判所は閣議決定によって大麦を取り除くことはできないという判決を下した。

¹⁷¹ “Farmers move ahead with Wheat Board class action,” Friends of the Canadian Wheat Board website. <http://friendsofcwb.ca/news/news-releases/109-appeal-ruling-2014> (2014年2月18日アクセス)

“Farmers launch Class Action challenge to restore Wheat Board and seek \$17 Billion in damages,” *News Release*, Friends of the Canadian Wheat Board website. <http://friendsofcwb.ca/battle/class-action-lawsuit> (2014年2月18日アクセス)

“New lawsuit aims to restore farmer control over CWB,” *The Western Producer*, 15, Feb, 2012.

¹⁷² “Farmers keep up fight for CWB assets,” *The Western Producer*, 9 January, 2014

¹⁷³ 松原豊彦（2009）「カナダの次世代農業・食料政策とCWBの大麦輸出販売政策」農林水産省『平成20年度 海外農業情報調査分析事業北米地域事業実施報告書』105、107頁。
http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/k_syokuryo/h20/index.html#us

2.6. 専売制廃止後の役割・権限

2011年にCWB法が改正され、CWB（暫定事業）法が制定されたが、同法第7条がCWBの権限について規定している¹⁷⁴。第7条では、CWBは穀物の販売・配送・貯蔵・移送・販売・船積み・その他処分を実施（第7条（a））、穀物の購入・販売・出荷・貯蔵・輸送・処分・保証に関する契約の締結（同条（b））、直接または代理人・受任者を用いたエレベーターの運営（同条（l））等の権限が認められている。また、取引方法について、新たなプール制として、早期デリバリー・プール制（Early Delivery Pool）、年間プール制（Annual Pool）¹⁷⁵、冬季プール制（Winter Pool）が導入された。それぞれの特徴は表2-33のとおりである。

表 2-33 各プール制の特徴（2014-2015年度）

	早期デリバリー・プール制	年間プール制	冬季プール制
プール期間*	2014年8月から2015年1月	2014年8月から2015年7月	2015年2月から7月
契約締結期限	・2014年9月12日（エンドウ豆） ・2014年10月3日（CWRS、CPSR、CWRW、CWAD、Two-row malting barley、Canola）**	2014年10月31日	2015年2月13日
出荷期限	2015年1月31日	2015年7月31日	2015年7月31日

*作物年度は、8月1日から翌年の7月31日まで。

**CWRS : Canada Western Red Spring、CPSR : Canada Prairie Spring Red、CWRW : Canada Western Red Winter、CWAD : Canada Western Amber Durum
出所 : CWB website より作成。

http://www.cwb.ca/_uploads/documents/1415sellssheets/CWB_2014-15_Pools.pdf (2014年3月5日アクセス)

2.7. 専売制廃止に対する評価と今後の展望

(1) 専売制廃止に対する評価

2014年2月現在までのところ、CWBによる専売制廃止は円滑に進んでいるといえる。表2-32で示したとおり、2012-2013年度は、米国の干ばつ等により小麦が高値で取引されたことが農家には追い風となったと考えられ、また、流通管理上の問題が発生しなかったことも専売制廃止に対する好意的評価につながっている。

専売制廃止前は、CWBのもと全体の穀物流通が管理されていたが、専売制廃止により、穀物企業・商社が流通を担うようになる。これによって流通管理の効率性が向上することが期待される反面、他方で効率性向上が輸出ターミナル港の混雑をもたらすことが懸念さ

¹⁷⁴ CWB（暫定事業）法の条文は、カナダ政府のJustice Laws Websiteを参照している。

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-24.2/> (2013年2月18日アクセス)

¹⁷⁵ 2012-2013年度までのハーベスト・プール制と同義であり、2013-2014年度以降、名称が年間プール制に変更されている。

れていた¹⁷⁶。しかし、2012-2013年度は懸念されていた流通管理上の問題は発生していない。

また、カナダ独立系ビジネス連合（Canadian Federation of Independent Business: CFIB¹⁷⁷）が専売制廃止1年後に平原州農家を対象に実施した調査によると、平原州農家の81%がCWBと取引しないことによって彼らのビジネスに良い影響があったと回答している¹⁷⁸。CFIBの調査結果は下記のとおりである。

- ・ 平原州農家の81%がCWBと取引しないことによって彼らのビジネスにとって良い影響があったと回答し、負の影響があったと回答したのは9%
- ・ 78%の農家が収穫した穀物の販売決定権を持ったと回答
- ・ 66%の農家が市場からのシグナルを得ることができたと回答
- ・ 66%の農家が穀物の競争力ある価格に関する情報を得ることができたと回答
- ・ 62%の農家がキャッシュフローが増加したと回答
- ・ 74%の農家が負の影響は経験しなかったと回答
- ・ 将来の価格の不確実性に不安を感じたと回答した農家は16%

リツ（Gerry Ritz）農務農産食品大臣は、2013年8月1日にCFIBのポロン（Marilyn Braun-Pollon）副会長と会見し、CFIBの調査結果を受けて、初年度は自由化によって農業ビジネスが強化されたとの見方を示している¹⁷⁹。

このような好意的な評価がある一方で、農家の一部からは、専売制の廃止について評価するのは時期尚早との声もある。2012-2013年の移行が順調だったのは、この米国の干ばつの影響もあって穀物価格が高値で推移し、輸送の問題も発生しなかったことによるのであり、今後、病原性のカビが発生したり、鉄道輸送が混乱したりする不測の事態¹⁸⁰が発生する可能性も否定できないとする¹⁸¹。

¹⁷⁶ ジェトロ（2012）『カナダ小麦局（CWB）の専売廃止と今後の行方』5頁。
http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001143/report_rev.pdf（2013年12月4日アクセス）

¹⁷⁷ CFIBは1971年に創設された小企業の利益を代表する利益団体で、会員企業は約109,000社である。
<http://www.cfib-fcei.ca/english/about-us/canada/178-about-us.html>（2014年1月31日アクセス）

¹⁷⁸ “Backgrounder] Marketing Freedom – One Year Later,” August, 2013, CFIB website.
<http://www.cfib-fcei.ca/cfib-documents/sk0548.pdf> 2014年2月18日アクセス）

¹⁷⁹ “Harper Government Celebrates First Anniversary of Marketing Freedom,” Agriculture and Agri-Food Canada website.
http://www.agr.gc.ca/cb/index_e.php?s1=n&s2=2013&page=n130801&src=hp（2014年2月18日アクセス）

¹⁸⁰ 2013年は過去最高の小麦生産量を記録したこともあり、輸送する穀物量に比して鉄道輸送能力が追いついていないという問題が発生している。中長期的には穀物生産量が増加するという見通しもあるため、輸送能力の逼迫という問題は一時的というよりも今後も発生し得るという見方もある。“Discussion, solutions needed on grain logistics,” *The Western Producer*, 3 January, 2014. “Is investment in railway, port capacity sufficient for the future?” *The Western Producer*, 24 January, 2014. “Huge carryover will be headache until 2015,” *The Western Producer*, 7 February, 2014.

¹⁸¹ 「穀物企業の国際市場戦略にも影響—カナダ小麦局による専売制廃止（2）—（カナダ）」『通商弘報』ジェトロ、2013年8月23日付。

(2) 民営化に向けた改革

2013年9月、CWBは民営化後における農家のCWB株取得と西部を対象とした穀物出荷施設ネットワーク構築に関する計画を公表した¹⁸²。また、同年10月、リツツ農務農産食品大臣は、CWB幹部から2014年内に民営化計画を策定するとの申し出があったことを明らかにした¹⁸³。穀物農家市場取引自由法上のスケジュールでは、2016年までに民営化計画を策定し、2017年以降に実施することとなっているため、2014年までに計画が策定されれば、スケジュールを大幅に上回るペースとなる。こうした矢継ぎ早の措置は、2012-2013年度の穀物取扱量シェアが伸び悩んだことに対するCWBの危機感のあらわれであり、取引農家を繋ぎ止めるための措置と考えられる。なお、9月に公表された2つの計画の詳細は下記のとおりである。

(i) 民営化後の株取得制度

2013年9月、CWBは、2013-2014年にCWBに穀物を出荷した農家に対して、民営化後、穀物1トン当たり5ドルの株を取得できる権利を提供するという計画を公表した¹⁸⁴。民営化の時期が不明なことや政府の承認などが必要であること等、株取得のあり方を議論する前に事前に検討を要する問題があるにもかかわらず、こうした点について、フレイトン(Gord Flaten)CWB穀物調達副会長は、問題は発生しないとの見解を示している¹⁸⁵。また、株取得の基準年を2013-2014年に設定した理由(なぜ複数年の出荷量の合計ではなく2013-2014年に出荷した農家に限定されるのか等)についても、2013年以前を基準年に含めなかつた理由については、現行規則では遡及的に株交付が出来ないためとしているが、2013-2014年以降を基準年に加えなかつた点は明確にしなかつた¹⁸⁶。2013年9月時点では、すでに他の会社に出荷する契約を結んだ農家も少なくなかつたため、彼らがCWBの株を取得できなくなることが懸念された。その後、CWBは2014-2015年も株取得の基準年に含めることを公表し一定の方針転回をしたもの、株取得の条件は2014年8月1日以降で異なる可能性があることを示唆している¹⁸⁷。

(ii) 出荷施設の確保

CWBは目前の穀物出荷施設を持たず、農家の穀物を市場に輸送するためには民間穀物企

¹⁸² “CWB takes two-pronged approach in road to privatization,” *The Western Producer*, 20 Sept., 2013.

¹⁸³ “CWB continues to make plans for privatization despite ongoing legal battles,” *The Western Producer*, 4 Oct., 2013.

¹⁸⁴ “CWB starts privatization with equity offer to prairie farmers,” *The Western Producer*, 26, Sept., 2013. 計画の詳細については次のCWBウェブサイトを参照。“CWB and Farmer Ownership,” CWB website.

http://www.cwb.ca/_uploads/documents/cwbfarmerownership/CWBandFarmerOwnership_InfoSheet.pdf

¹⁸⁵ “CWB takes two-pronged approach in road to privatization,” *The Western Producer*, 20 Sept., 2013.

¹⁸⁶ “CWB takes two-pronged approach in road to privatization,” *The Western Producer*, 20 Sept., 2013.

¹⁸⁷ “CWB equity deal targets farmers,” *The Western Producer*, 25 Oct., 2013.

業（Cargillなど）と穀物出荷契約を締結しなければならない¹⁸⁸。そのため、ホワイトCWB会長は、将来において自前の出荷施設を保有するオプションを排除しないとの意向を示した¹⁸⁹。ただし、出荷施設ネットワークを保有することは、野心的かつ数千万ドル単位の多額の費用を要する計画であり実現は容易でない。そのため、計画の実現可能性をCWBは明確にする必要があるといえるが、2012年7月時点での費用調達の方法・見通しについてCWBは明らかにせず¹⁹⁰、2013年9月時点でも提携の話が進んでいる相手はいるとしつつも具体的な会社名は明らかにしていなかった¹⁹¹。

その後、2013年11月26日、CWBは、Mission Terminal、Les Élévateurs des Trois-Rivières、Services Maritimes Lavioletteの発行済み株式をUpper Lakes Group Inc.より取得することを発表した¹⁹²。これによりCWBは直接農家から穀物を購入し出荷することが可能となった。なお、Mission Terminal Thunder Bayの貯蔵能力は13万6,500トン、Les Élévateurs des Trois-Rivièresの貯蔵能力は11万トンとなっている。

その後も、2014年1月にはサスカチュワン州ドズラント（Dodsland）に4万7,000トン分の穀物貯蔵施設を保有するPrairie West Terminalの株を取得するなど、引き続き出荷施設の拡大に取り組む意向を示している¹⁹³。

以上の改革計画以外にも、例えば、小麦と大麦に加えて、キャノーラとエンドウ豆(pea)の取り扱いを開始するなど、CWBは新たな取組を行っている¹⁹⁴。ただし、小麦や大麦以外の作物については、すでに農家が穀物企業に直接販売していることから、穀物企業と関係が構築されている農家が少なくなく、CWBがどこまでシェアを獲得できるかは不透明である。

また、CWBは人員整理を進めており、400人以上いたスタッフは、2013年春時点での4分の1以下となっている。また、カナダ政府は2012年度、人員の削減、各種契約の終了、CWB本社ビル売却に伴う費用として約18億カナダドルの予算を計上し、2013年度においても、専売制から自由取引への適応を促す費用として約5億カナダドルの予算を計上している¹⁹⁵。

¹⁸⁸ “CWB, Louis Dreyfus Canada reach grain handling agreement,” *The Western Producer*, 31 July, 2012.

¹⁸⁹ “CWB, Louis Dreyfus Canada reach grain handling agreement,” *The Western Producer*, 31 July, 2012.

¹⁹⁰ “CWB, Louis Dreyfus Canada reach grain handling agreement,” *The Western Producer*, 31 July, 2012.

¹⁹¹ “CWB takes two-pronged approach in road to privatization,” *The Western Producer*, 20 Sept., 2013.

¹⁹² “Canadian Wheat Board buys grain-handling assets,” *The Western Producer*, 26 November, 2013; CWB website, CWB announces agreement to purchase Mission Terminal.

<http://cwb.ca/news/73/cwb-announces-agreement-to-purchase-mission-terminal> (2013年12月3日アクセス)

¹⁹³ “CWB building elevator network,” *The Western Producer*, 24 January, 2014.

¹⁹⁴ “CWB begins canola marketing,” *The Western Producer*, 23 August, 2012.

¹⁹⁵ 「自由取引制への移行はスムーズに進展—カナダ小麦局による専売制廃止（1）—（カナダ）」『通商広報』ジェトロ、2013年8月22日付。

(3) 今後の展望

以上を踏まえて、CWB の今後の展望と専売制廃止がカナダの小麦市場に与えるインパクトを主に穀物メジャーの動向を中心に検討する。

(i) CWB の今後の展望

2.7 で指摘したように、2014 年 2 月までのところCWBの専売制廃止によって小麦市場が混乱するようなことはなく、CFIBの調査によれば、多くの農家は専売制廃止を好意的に評価している。好意的な評価の背景には、2012-2013 年度の小麦価格が高値で推移したことがある。今後も世界的な人口増と所得向上に伴う穀物需要の増加が見込まれるため、当面、穀物価格は高値で推移すると予想され、農家は敢えてプール制を利用するインセンティブをもたないと考えられる¹⁹⁶。

また、もともとプール制は、農家にとって全体のプール期間を通じて平均利益の分配がどのように決まっていたかが不透明であった。自由取引を農家が経験することで、かつて抱いていたような取引自由化への懸念がなくなれば、今後もCWBのプール制を利用する農家は減るとの指摘もある¹⁹⁷。

ただし、上記のような好条件が失われればCWBの重要性が再認識されるという見方もある。2012 年は穀物価格が高値で推移したため、プール制を活用した穀物価格変動のリスクヘッジを行う必要がなかったのであり、市場の状況によってはCWBのプール契約が今後も活用され得るとの指摘がある¹⁹⁸。

なお、参考として 2008 年に輸出専売制が廃止されたオーストラリア輸出ボード (Australian Wheat Board: AWB) の専売制廃止後の経緯をコラムにて紹介する。AWB の自由化は 1989 年から段階的に進められ、2008 年に輸出独占が廃止された。輸出独占の廃止により AWB の輸出シェアは急減し、2010 年には Grain Corp に吸収合併された。状況が違うため単純に比較することは注意を要するが、CWB が置かれた状況は AWB よりも困難であるとの指摘もあり、2012-2013 年の CWB の取り扱いシェアが専売制廃止前と比べて低下したことを踏まえると、CWB の前途は決して平坦なものとはいえない。

¹⁹⁶ Boyd, Milton (2011), “Removal of the Canadian Wheat Board Monopoly: Future Changes for Farmers and the Grain Industry,” *Policy Series*, No.115, p.17.

¹⁹⁷ 「自由取引制への移行はスムーズに進展—カナダ小麦局による専売制廃止（1）—（カナダ）」『通商弘報』ジェトロ、2013 年 8 月 22 日付。

¹⁹⁸ 「自由取引制への移行はスムーズに進展—カナダ小麦局による専売制廃止（1）—（カナダ）」『通商弘報』ジェトロ、2013 年 8 月 22 日付。

オーストラリア輸出ボード（AWB）との比較¹⁹⁹

1. オーストラリア輸出ボードの専売制廃止に至る経緯

オーストラリア小麦輸出ボード（AWB）による小麦流通の独占的権限は 1939 年から戦時措置として開始された。

AWB の自由化は 1989 年から開始され、同年に国内販売の自由化、1992 年に AWB の借入に対する政府保証の打ち切り、1998 年に AWB の民営化が実施された。一連の改革により、AWB 以外が輸出認可を受ける際に AWB の同意が必要というかたちで AWB の小麦輸出独占権が残されたが、これについても徐々に自由化が進められ、2004 年には AWB の同意がなく袋入り、コンテナ入りの小麦輸出が可能となり、残る AWB の輸出独占はバルク輸出のみとなった。

それ以上の規制緩和に対しては小麦生産者や生産者団体からの反対もあったが、2007 年の総選挙の結果誕生したラッド労働党政権は輸出独占権を廃止することを宣言し²⁰⁰、2008 年に小麦輸出販売法が制定され、同年 7 月、バルク輸出の輸出独占権も廃止となった。

AWB の改革は 1989 年から進められていたため、輸出独占権廃止も時間の問題ではあつたが、イラク制裁に際して国際連合（国連）が実施した「石油食料交換プログラム（Oil-for-Food Program）」に絡んで AWB がフセイン政権に裏金を払ったというスキャンダルが AWB 改革を進める口実を与えたという側面もあった²⁰¹。

2. 輸出独占権廃止後の展開

輸出独占権が認められていた間は、上記スキャンダルにより輸出許認可の拒否権が停止された 2006-2007 年度を除き、AWB の輸出量に占めるシェアは 9 割以上であった。

輸出独占権の廃止により小麦輸出業者の認証が行われると、2009 年 8 月末時点で、ABB、Grain Pool、CBH、Cargill、Elders、Lions 社など 23 社が認証された。輸出独占権廃止の結果、AWB の輸出シェアは 12%まで低下し、CBH が 25%、ABB が 9%、Cargill が 12.5%、Elders が 6%、Lions が 6%となったとされる（そのほか、AWB が 23%、CBH が 20%、ABB が 16%、Grain Corp が 11%、世界的メジャー等が 30%という推計もある）。輸出独占権の廃止により、輸出に占める AWB のシェアは急減し、2010 年には AWB は Grain Corp と合併した。

3. CWB の今後に対するインプリケーション

AWB の改革が約 20 年間かけて実施されたのに対して、CWB は民営化のための申請書作成

¹⁹⁹ AWB の輸出独占廃止に至る経緯については、次の文献を参照。玉井哲也（2011）「オーストラリアの食料需給をめぐる諸問題—需給、水資源、輸送・輸出及び GMO—」農林水産政策研究所『平成 21 年度世界の食料需給の中長期的な見通しに関する研究 研究報告書（世界食料プロジェクト研究資料第 2 号）』、191-194 頁。

http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seika/project/sekai_syokuryo2.html （2014 年 3 月 3 日アクセス）

²⁰⁰ Botterill, Linda Courtenay (2012), *Wheat Marketing in Transition: The Transformation of the Australian Wheat Board*, Springer, p.110.

²⁰¹ Botterill (2012), pp.107-126.

までが4年間、完全な民営化までの期間が5年間と改革に残された時間はかなり限られている²⁰²。また、改革に活用できる資金についても、AWBはWheat Industry Fund (WIF)が設置されたのに対して、CWBについても政府保証や改革のための資金援助などはあるものの、相対的にCWBが活用できる財源のほうが限られているとの指摘もある。そのため、CWBはAWBよりも不利な条件下で国内外の穀物関連企業と競争しなければならないとの見方もある。

(ii) カナダの穀物業界の今後の展望

CWBの専売制廃止は穀物メジャーの動きを活発化させている。スイスの資源商社Glencore International plc. (当時)は2012年12月、カナダのRichardson International、Agriumと共同出資で、カナダの穀物流通大手Viterraを買収した²⁰³。そのViterraは、2013年12月にアルバータ州第2位の農家保有の穀物ターミナルであるLethbridge Inland Terminal (LIT)との間でLITが保有する42,000トン分の穀物施設を購入する契約を締結した。LITのCEOは、CWBの専売廃止は穀物業界全体に大きな影響を与えるとし、沿岸地域に港湾ターミナルを保有することが今後的小麦市場においてプレゼンスを獲得する上で非常に重要であるとしている²⁰⁴。

また、フランスではCWBによる専売制廃止の動きを受け、デュラム小麦の農家が輸出拡大のため、ジョイントベンチャーのDurumを設立した。同社が狙うのはイタリアやアルジエリアなど近隣のデュラム小麦輸入国だが、同社代表は「カナダの小麦・大麦の専売制廃止は、私たちのグループの戦略検討を促した。また、今までデュラム小麦に関心のなかつた大きな多国籍企業のビジネス参入も促した。(CWBの専売制廃止により) 市場はより流動的、かつアグレッシブで、不安定な状況になっている」と述べている²⁰⁵。

²⁰² Boaitey, Albert (2013), "Grain market deregulation: a case study of the Canadian and Australian wheat boards," *Journal of Public Affairs*, Vol.13, No.3, pp.285-286.

²⁰³ 「穀物企業の国際市場戦略にも影響—カナダ小麦局による専売制廃止(2) — (カナダ)」『通商弘報』ジェトロ、2013年8月23日付。

²⁰⁴ "LIT sale to Viterra OKed," *The Western Producer*, 23 January, 2014.

²⁰⁵ 「穀物企業の国際市場戦略にも影響—カナダ小麦局による専売制廃止(2) — (カナダ)」『通商弘報』ジェトロ、2013年8月23日付。 "French durum exporters scale up to meet Canadian competition," *Reuters*, 5 July, 2013.

<http://www.reuters.com/article/2013/07/05/france-durum-idUSL5N0FB2GL20130705> (2013年12月4日アクセス)

付録 2：カナダ法令和訳

カナダ 酪農委員会法 (Canadian Dairy Commission Act)

- 第 1 条 題名
- 第 2 条 定義
- 第 3 条 委員会の継続
- 第 4 条 女王陛下の代理
- 第 5 条 諮問委員会
- 第 6 条 諮問委員会の機能
- 第 7 条 役員および従業員
- 第 8 条 委員会の目的
- 第 9 条 権限
 - 第 9.1 条 理事会への委任等
- 第 10 条 委員会による大臣へのプログラムの提出
- 第 11 条 監督
- 第 12 条 規則
- 第 13 条 規則
- 第 14 条 充當金による経費
- 第 15 条 カナダ酪農委員会口座
- 第 16 条 委員会への融資
 - 第 16.1 条 資金共同基金用銀行口座
- 第 17 条 検査官
- 第 18 条 検査官の権限
- 第 19 条 妨害および虚偽の陳述
- 第 20 条 法律および規則への違反
- 第 21 条 酪農製品の輸入管理リストへの包含

第 9 条権限

- (a) 酪農製品を購入し販売し、又その他購入した酪農製品を処分すること
- (b) 委員会が購入した酪農製品の梱包、加工、保管、輸送、保証、輸入、輸出すること
- (c) 量や品質、酪農委員会が適切と認めるその他の根拠に基づいて支払が決定される製品の販売から、生産業者の収益を保護する目的で、牛乳およびクリームの生産業者の利益となるよう支払うこと
- (d) 酪農製品の製造、加工、販売に関する費用を含む、酪農製品の製造、加工、販売に関する問題につき、検査すること
- (e) 酪農製品の利用促進、酪農製品の品質および多様性の改善、関連する情報の公開を引き受けおよび支援を行うこと
- (f) 牛乳またはクリームのマーケティングに関する、以下を含む共同基金を設立および運営すること

- (i) いかなる量の牛乳もしくはクリーム、またはいかなる構成物、クラス、多様性、等級の牛乳もしくはクリームの販売から受け取る資金を、共同基金から牛乳またはクリームの生産業者に対して分配すること
- (ii) サブパラグラフ (i) における資金から、共同基金の運営に関する必要かつ適正な経費を控除すること
- (g) 委員会または牛乳あるいはクリームの生産業者に対して支払われる又は支払われる予定の価格または最高あるいは最低価格や、支払がなされる根拠及び牛乳もしくはクリーム、またはいかなる量の、又はいかなる構成物、クラス、多様性、等級の牛乳もしくはクリームの販売に関してなされる支払いの条件や方法を定めること
- (h) いかなる量の牛乳もしくはクリーム、またはいかなる構成物、クラス、多様性、等級の牛乳もしくはクリームの販売に関して、委員会または生産業者に対して支払われる価格を徴収すること、または管轄裁判所において当該価格を回収すること
- (i) 第 9.1 条の契約に従い、以下を含む、酪農製品の競争的な国際取引および販売の推進ならびに促進に必要な、牛乳もしくはクリームの量及び価格、またはいかなる構成物、クラス、多様性、等級の牛乳もしくはクリームに関するプログラムを策定し、運営すること
 - (i) 酪農製品の原料となる牛乳もしくはクリーム、又はその構成物、クラス、多様性、等級に関して生産業者に対する配分の平等化のための資金を供給すること
 - (ii) サブパラグラフ (i) の資金から、プログラムの運営に必要かつ適正な経費を控除すること
- (j) 本法に従い、自らの権限を行使し、または自らの機能を実行するに際して、必要とされるまたは付随するあらゆる行為をなすこと

農産物マーケティング法 (Agricultural Products Marketing Act)

第 1 条 題名

第 1.1 条 農産物の定義

第 2 条 協議会長による州ボードへの権限移譲

第 3 条 規則

第 4 条 違反

第 2 条 協議会長による州ボードへの権限移譲

協議会長は、命令により、いかなる州の法律下権限を有するマーケティング・ボード又はエージェンシーに対して、州内の農産物のマーケティングに関する規則の権限行使すること、州際取引および輸出取引の際の当該農産物のマーケティングを規制すること、及び、上記目的のために、州内の農産物のマーケティングに関してボード又はエージェンシーによって行使されうる権限に類似したいかなる権限行使することについて権限を移譲する。

農産物エージェンシー法 (Farm Products Agencies Act)

第1条 題名

第2条 定義

第1部 全国農産物協議会

第3条 協議会の設立

第4条 議長

第5条 給与及び費用

第6条 協議会の義務

第7条 協議会の権限

第8条 公聴会を開催すべき場合

第9条 公衆への告知

第10条 手続きに関する規則

第11条 本部

第12条 定款

第13条 人員

第14条 老齢年金

第15条 議会への報告

第2部 農産物マーケティング・エージェンシー

第16条 農産物マーケティング・エージェンシーの設立

第17条 布告の内容

第18条 指名

第19条 議長

第20条 給与及び費用

第21条 目的

第22条 権限

第23条 販売計画の割り当て

第24条 職員の雇用

第25条 エージェンシーによる定款の制定

第26条 君主の非代理性 (Not agent of Her Majesty)

第27条 財務運営の指揮

第28条 財務省による支出

第29条 監査

第30条 議会への報告

第31条 連邦と州の合意

第32条 競争法の不適用

第33条 檢査官

第34条 檢査官の権限

第35条 検査官の妨害

第36条 ライセンス料、課金及び手数料

第37条 法律、規則等への違反

第38条 エージェンシーの解散

第3部 農産物推進・調査エージェンシー

第39条 農産物推進・調査エージェンシーの設立

(以下省略)

第1部 全国農産物協議会

第6条 義務

協議会の義務とは、以下の通りである。

- (a) 本法の下でのエージェンシーの設立および運営に関する全ての問題につき、効率的で競争力のある農業を維持・推進する観点から、大臣に対して助言を与えること。
- (b) エージェンシーがセクション21または41に定められる目的に従って運営を行うことを確実なものとする観点から、農産物マーケティング・エージェンシーの運営を審査すること。
- (c) 州際取引および輸出取引の際ににおける農産物のより効果的な販売の推進、そして推進・調査エージェンシーの場合、輸入取引における当該販売の推進および農産物の調査・推進活動に関して、エージェンシーと協働すること。

第7条 協議会の権限

(1) 義務を満たすために、協議会は、以下の権限を有する。

- (a) カナダにおいて農産物の育成または生産に携わる個人の多数を代表する団体から書面での要求を受領した場合、大臣から命じられた場合、または自らの主導により、以下に関する利点を調査し、調査が関連する農産品に関して当該計画を実施するための権限を団体が移譲されることが適切である場合、適切な販売計画または推進・調査計画の条件を含む勧告を大臣に報告すること。
 - (i) 農産物に関するエージェンシーの設立およびセクション22又は42に定めるいかなる権限を当該団体へ移譲すること。
 - (ii) 農産物に関して、セクション22又は42に定めるいかなる権限を移譲することにより既存のエージェンシーが有する権限を拡大すること。
- (b) 計画を実施する責務を負うエージェンシーから提出された販売計画または推進・調査計画の変更を審査すること、計画を実施する権限を移譲されていないエージェンシーにより提出された販売または推進・調査計画案を審査すること、並びに、修正案又は計画に関して提出されたいかなる抗議を考慮し大臣に勧告を報告すること。
- (c) エージェンシーの運営を監視し、毎年、若しくは状況が許される場合より多くの頻度にて大臣に報告を行うこと。
- (d) エージェンシーにより制定が提案され、評議会が命令によって本条を適用すると定めた命

令及び規則に分類される命令及び規則を審査し、命令または規則を提案しているエージェンシーが導入権限を有している命令及び規則が販売計画や推進・調査計画の実施に不可欠であるとされる場合、評議会は当該命令及び規則を承認すること。

- (e) エージェンシーにより制定され、(d) 項が適用される命令及び規則に分類されない命令及び規則を審査し、命令または規則を制定したエージェンシーが実施の権限を有している命令及び規則が販売計画や推進・調査計画の実施に不可欠であるとされる場合、評議会は当該命令及び規則の承認を行い、当該命令及び規則が不可欠とされない場合、評議会は命令により、当該命令及び規則の全部または一部を制定する。
 - (f) エージェンシーの運営及びエージェンシーの運営に関連することにより直接の影響を受ける者からなされた申立に関連し、その権限の範囲内で適切とみなされる調査を実施し行為をなすこと。
 - (g) 州際取引や輸出取引における農産物の販売や推進に関連する問題またはこれに関する研究に関して研究を行い、又は自らの主導により、あるいは大臣に指示に基づいて、研究すること。
 - (h) 販売計画を実施する目的で、農産物の製造または州際取引や輸出取引における農産物のマ販売に携わる者に対して、以下を求めること。
 - (i) 評議会又は適切な機関に登録すること。
 - (ii) 評議会が本条に基づいて要求する形式および内容によって、農産物の製造またはマーケティングに関連する帳簿及び記録を整備すること。
 - (iii) 農産物の製造または農産物の販売に関連する情報を合理的な求めに応じて評議会又は適切な機関に提出すること。
 - (i) 農産物に関するエージェンシーの設立又は販売計画を実施する権限の授与に関する助言の可否を決定する目的のために必要とされる場合、農産物の製造または州際取引や輸出取引における農産物の製造または販売に携わる者に対して、農産物の製造または農産物の販売に関連する情報を合理的な求めに応じて評議会又は適切な機関に提出するよう求ること。
 - (j) 推進・調査計画の実施の目的で、州際取引や輸出入取引における農産物の製造または輸入又は農産物の販売に携わる者に対して、以下を求ること。
 - (i) 評議会又は適切な機関に登録すること。
 - (ii) 評議会が本条に基づいて要求する形式および内容にて、農産物の製造、販売又は輸入に関連する帳簿及び記録を整備すること。
 - (iii) 合理的な求めに応じて農産物の製造、販売又は輸入に関連する情報を評議会又は適切な機関に提出すること。
 - (k) 農産物に関するエージェンシーの設立又は推進・調査計画を実施する権限の授与に関する助言の可否を決定する目的のために必要とされる場合、州際取引又は輸出入取引における農産物の製造あるいは輸入、又は販売に携わる者に対して、農産物の製造、販売、または輸入に関連する情報を合理的な求めに応じて評議会又は適切な機関に提出するよう求ること。
- (1) 自らの義務を履行するのに付随又は伝導するあらゆる事項を行うこと。
- (2) 第(1)項における大臣への報告に際して、評議会は二つ以上の農産物に関するエージェ

- ンシーの設立又は二つ以上の農産物に関して権限を移譲されることにより既存のエージェンシーの権限を拡大することにつき、以下を満たさない場合には勧告を行ってはならない。
- (a) マーケティング・エージェンシーについては、勧告が関連するカナダまたはカナダの地域における農産物の生産者の多数が当該行為に賛成している場合。
- (b) 推進・調査エージェンシーの場合、生産者の多数、または二つ以上の農産物の輸入取引が含まれている場合には、勧告が関連するカナダまたはカナダの地域における農産物の生産者または輸入者の多数が当該勧告に賛成している場合。

同法第2部 農産物マーケティング・エージェンシーの設立

第21条目的

エージェンシーの目的は、以下の通りである。

- (a) 規制商品またはエージェンシーが権限を行使する関連商品に関する、強力で効果的、かつ競争力のある生産及び販売産業を推進すること。
- (b) 規制商品又は製品の生産者および消費者の利益を考慮すること。

第22条 権限

- (1) エージェンシーの設立に関する布告や権限を変更する布告に従って、エージェンシーは以下を行うことができる。
- (a) 権限を実施する規制商品や権限を実施するのと同様に育成または製造されるいかなる農産物を購入すること、及び、当該購入商品を梱包、加工、保管、輸送、保証、輸出、売却、その他の処分すること。
- (b) エージェンシーの設立を定める布告または第17条(2)項に基づいて発出された後続の布告において定められる条件の販売計画を実施すること。
- (c) 以下を準備し、評議会に提出し、この目的の達成を適正に考慮する。
- (i) 販売計画を実施する権限が与えられていない場合の販売計画。
- (ii) 実施する権限が与えられている販売計画の変更。
- (d) エージェンシーが自らの権限を行使する規制商品の消費および使用の推進、品質および多様性の改善、及び、関連する情報の公表を引き受け又は支援すること。
- (e) 州際取引又は輸出取引において、自らの権限を行使する規制商品又はいかなる多様性、クラス、等級の商品を販売する機関を指名すること。
- (f) 販売計画の実施に権限がある場合、これに関連して必要と考えられる命令及び規則を制定すること。但し、パラグラフ(7)(1)(d)が適用されるクラスの命令・規制の場合には、制定前に評議会に提出すること、及び、いかなる場合においてもこれらの命令及び規則の制定前後に關わらず評議会に提出すること。
- (i) 制定前に評議会に提出される、及び、命令又は規制が法的拘束力又は効力がないと評議会が認める前に制定される命令および規制
- (ii) 制定後に評議会に提出される、および、評議会の命令により法的拘束力や効果を無効とするよう定められる命令および規制
- (g) 権限を行使する規制商品の販売に従事する人により指名された如何なる人、又は、それに

従事する人により指名されたメンバーである人に対して、規制商品の製造または販売に従事する人に支払う金額から、エージェンシーが実施する販売計画のためのライセンス費用、課金、手数料の手段により他の人がエージェンシーに支払う金額を控除すること。

- (h) いかなる資産、固定資産を購入し、賃貸又は買収、所有、抵当、担保、売買し、その他取り扱うこと。
- (i) カナダ又はその他統治国にて支店を設立し又は代理人を雇用すること。
- (j) 権限を行使する規制商品の製造または販売に従事する人により支払われるライセンス費用、課金または手数料の手段に関わらず、運用の実施により受け取った資金を拡大すること。
- (k) 所有または管理において運用の目的に当面必要とされない資金に投資し、カナダ政府による保証のもとでいかなる保証を売却し再投資すること。
- (l) エージェンシーの信用貸しおよび規制商品またはその他の財産の保証資金を借り入れること。
- (m) 販売拡大のために新規市場に対する広告、推進、研究を行うこと。
- (n) 権限の行使または同法の下いかなる機能の実施のために必要とされ、またはそれに付随するあらゆる措置を講じること。

追加的権限

- (2) エージェンシーは第 31 条に基づき発効される合意にて指定される権限を実行する規制商品に関して、州に代わり州内取引に関する機能を実施する。

権限移譲

- (3) エージェンシーは評議会の承認の下、エージェンシーが実行権限を有する規制商品の州際取引及び輸出に関するいかなる機能をエージェンシーの代わりに実行するために、いかなる機関に対して、エージェンシーが権限を有する規制商品の州内の販売に関して規制を実行する権限を州法のもと移譲する。

オンタリオ州牛乳法（Ontario Milk Act）

- 第 1 条 定義
- 第 2 条 本法の目的
- 第 2.1 条 理事
- 第 2.2 条 指名
- 第 2.3 条 行政契約
- 第 2.4 条 指名の取り消し
- 第 2.5 条 指定行政機関の義務
- 第 2.6 条 従業員
- 第 2.7 条 国家の非代理性（Not Crown agents）
- 第 2.8 条 国家の責務

- 第 2.9 条 職員の責務
- 第 2.10 条 再検討
- 第 2.11 条 規制
- 第 3 条 委員会の義務および責任
- 第 4 条 検査官の権限
- 第 5 条 計画の請願
- 第 6 条 計画及びマーケティング・ボードに関する規則
- 第 6.1 条 規則
- 第 7 条 規制製品に関する規則
- 第 8 条 委員会に提出するための帳簿の作成
- 第 9 条 マーケティング・ボードに提出するための帳簿の作成
- 第 10 条 生産業者 - 流通業者
- 第 11 条 生産業者 - 加工業者
- 第 13 条 現場調査員に提出するための帳簿の作成
- 第 14 条 設備の許可
- 第 15 条 免許
- 第 16 条 禁止
- 第 17 条 牛乳およびクリームに対する支払いの基礎
- ※第 18 条なし
- 第 19 条 施設の運営に関する規則
- 第 19.1 条 規制制定権限の委任
- 第 20 条 定款の範囲
- 第 21 条 違反
- 第 22 条 差止手続
- 第 23 条 最低額の不納付に対する付加罰
- 第 24 条 証拠として提出可能な書類
- 第 25 条 反証を許す推定
- 第 26 条 規則に関する特定の規制
- 第 27 条 カナダ酪農委員会に与えられる権限
- 第 28 条 他の政府との合意
- 第 29 条 代理のための税

オンタリオ州 農産物マーケティング法 (Farm Products Marketing Act)

- 第 1 条 定義
- 第 2 条 本法の目的
- 第 3 条 理事会の権限
- 第 4 条 計画に関する理事会の勧告
- 第 5 条 計画及び地域ボードに関する規則
- 第 5.1 条 計画変更に関する規則

- 第 6 条 規則の作成等
- 第 7 条 規則
- 第 8 条 地域ボードへの権限移譲に関する規則
- 第 9 条 地域ボードの権限の制限
- 第 10 条 生産業者・加工業者
- 第 11 条 監督者
- 第 12 条 生産業者団体の指定
- 第 13 条 差止手続
- 第 14 条 地域ボードへの規則制定権限移譲に関する規則
- 第 14.1 条 調査権限等
- 第 15 条 違反
- 第 16 条 最低金額の支払いの不履行 (Failure to pay minimum price)
- 第 17 条 理事会により受領された資金
- 第 18 条 証拠
- 第 19 条 法的措置または訴追
- 第 20 条 (削除)
- 第 21 条 雉、、鶏卵、鶏
- 第 22 条 合意

ケベック州 農業品、食料品、水産物のマーケティングに関する法律 (Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche)

- 第 1 部 適用範囲
- 第 2 部 ケベック州農產品・食料品市場ボード (Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec)
 - 第 1 章 ボードの設置及び機能
 - 第 2 章 ボードの権限
 - 第 3 部 農產品のマーケティング
 - 第 1 章 総則
 - 第 2 章 共同計画
 - 第 3 章 生産業者オフィス
 - 第 1 節 オフィスの機能と権限
 - 第 2 節 生産業者総会
 - 第 4 章 オフィスの規制権限
 - 第 5 章 オフィスと計画の調整
 - 第 1 節 オフィスの調整
 - 第 2 節 計画の調整
 - 第 6 章 信頼性
 - 第 7 章 マーケティングの規約

第8章 他の政府や団体との協定

第9章 分担金

第10章 協力・開発室

第11章 農産品の支払いの保証

第12章 調査および検査

第13章 清算

第4部 水産物のマーケティング

第1章 総則

第2章 特則

第4.01部 野生動物の毛皮のマーケティング

第4.1部 ケベック州行政裁判所への訴訟提起

第5部 罰則

第6部 雑則および経過規定

第1章 最終規定、改正、廃止

第2章 経過規定