

## 生産地における肉牛の流通経済

— 鹿児島県の例 —

高橋 伊 一  
 松田 昌 二  
 楠原 憲 一

生産者から消費者にいたるまでに肉牛あるいは食肉はいろいろの過程をへる。それら諸過程のあり方はおたがいに密接な関連をもつて形成されているのであって、その先は生産者のもとにおける生産過程での問題に接続する。肉牛の流通過程における非近代的な性格がこれまで諸氏によって強く指摘されてきたし、また農政としても、中央卸売市場法にもとづく食肉卸売市場の推進など、流通過程の合理化について近年積極的にとりあげてきている。こうした考え方と問題の重要性からして、生産地における肉畜流通経済の問題点についてとりあげた。

鹿児島県は和牛飼養頭数一四万頭をこえ(昭和三二年)、全国

《ノート》 生産地における肉牛の流通経済

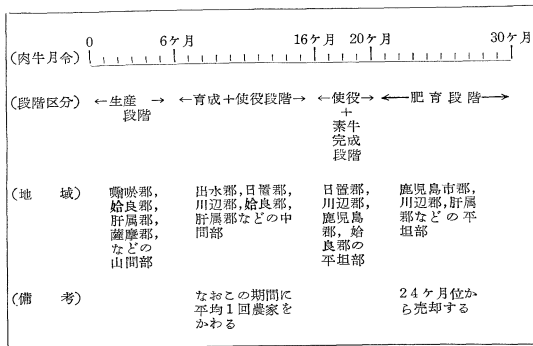
第一位にある。調査は昭和三三年一二月に実施し、とくに肥育地区の東桜島、川辺町および加世田市、生産地区の末吉町については部落調査をおこなった。とりまとは、「一 肉牛肥育の経済」を松田、「二 県内流通組織」を楠原、「三 県外出荷における新しいうごき」を高橋がそれぞれ担当し、全体の調整を高橋がおこなった。

## 一 肉牛肥育の経済

## 1 肥育の地域的分化

肉牛の生産過程は、肉牛の生長に応じて生産、育成、使役および肥育の四段階にわかれる。それらの各段階がちがった農家によって担当されるのがふつうであり、それも地域的に分化しているのが一般の形である。ここでは肉牛生産の問題のなかでも、その最終段階である肥育経営の分析を中心とする。

はじめに、生産された仔牛が肥育農家に入ってくるまでの各段階における転出入関係についてしめしておく。第1図はその基本的な関係を図式化したものである。牝、牡、去勢牛別に飼養期間や飼養地域のちがいがあり、また個体別の相違もあるが、こまかい相違は省略する。さいきんの特徴として、戦後食肉需要が拡大するとともに肥育経営が発展してきたのはいうまでもないが、また育成経営においても肥育素牛の育成として、量的



第1図 鹿児島県における肉牛の成長と各飼養目的別段階（昭和33年調）

にも質的にも使役素牛の育成とはちがったものが要求されている。仔牛生産においても同様であって、市場の新しい要求にもとづいた新しい技術の発達が促される。

たとえば愛媛県の仔牛生産において、仔牛需要市場からの影響によって哺乳期間を長期化する傾向が生じているし、また、和牛品種改良に当って肉用適性の重点化傾向ができてくる。

鹿児島県における和牛肥育の展開は、農家階層差を軸として分化するよりも、むしろ地域性を軸として分化がすすんでいる。たとえば、上層農家が和牛肥育をやり下層農家が豚肥育とむすびつくとか、あるいは上層農家の方がより多くの頭数を肥育するとかといった傾向は、他の商業的農産物の入り方にくらべるとそうきわだったものではない。一例として第1表で調査三部落の対象農家について、昭和三年における肥育牛販売頭数をあけておく。

この、一見、階層性をぬりつぶす地域的分化は、どのような条件にもとづいているのか。後述するように、肥育の生産力の高低は素牛の良否にもとづくことがきわめて大きい。げんざいの肥育農家の技術水準では、その個体差を克服する幅はひじょうに小さい。こういう条件のところで素牛の選択導入はまった

く家畜商に依存しているし、肥育管理技術についても家畜商の影響力が大きい。そこに家畜商が肥育経営を主導できる条件があり、肥育の発達が、家畜商を中核として、地縁的に、また封鎖的に形成されることになったとみられる。一般に「良い家畜商がいなければ肥育経営はのびない」といわれるのはこのためである。もしも肥育が、農家の経済的規模の大小をふくむ農業の経営組織とむすびつき、優位な条件を積極的に利用する形で肥育技術が横断的に拡大しているものであれば、もっと階層差があらわれることであろう。では、具体的にどういう肥育のやり方をしているか。

第1表 経営耕地面積広狭別1戸当り肥育牛販売頭数  
(鹿児島県川辺町および加世田市、昭和33年)

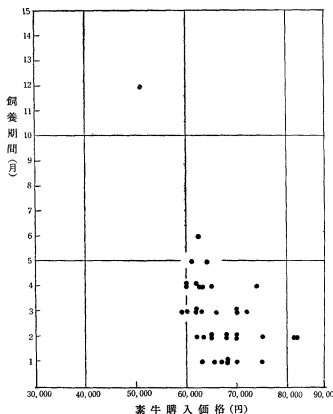
部 落	5反未	5反~1町	1~1.5町	1.5町以上
Ki 部落(ヌキ肥育)	2.0	1.5	2.2	4.0
Ko 部落(牝肥育)	*	5.0	4.0	7.0
H 部落(牝肥育)	5.0	6.0	*	7.0

\*印は調査対象農家に入っていない。

## 2 肥育のやり方

まず、素牛は、すべて家畜商の手を通じて導入される。生産者がいっしょについてゆくこともあるが、ついてゆかないこともある。素牛の鑑定にはかなりの熟練がいるし、また購入予算と個体に対する希望をにらみあわせて素牛をえらぶには、かなり広い地域にわたって選択することが必要となる。これが家畜商を素牛の購入斡旋者として必要とする基盤であろう。

飼養期間は、調査農家の平均からすると、川辺町Ki部落が七カ月、同町Ko部落三カ月、加世田市H部落四カ月で、東桜島で三〜四カ月である。飼養期間の長短には諸種の条件が関連しているが、その主要なものについて検討しておく。その第一は素牛の個体差である。常識的には、購入価格の高い牛は短期間で肥育を完了するはずである。素牛購入価格と飼養期間との関係を見ると、おおよその傾向として、購入価格の高い牛ほど肥育期間も短いことがわかる。たとえば第2図はその関係が比較的良好にみられる例である。だが、それにしても分散度はかなり大きい。その理由は、ひとつは素牛価格が牛の個体差を正確に表示していないこと、つまり素牛鑑定のむずかしさによるものである。だが、それだけでは先にみた部落別の肥育期間の相違は理解できない。従つて他の要因についても考慮せねばならない。



第2図 素牛購入価格と飼養期間の関係 (Ko部落, 昭和32年)

質耕させ、集約的な肥育をおこなって期間の短縮をはかっていた。いわば、肥育牛の使役からの解放が現実の問題となりはじめている。一般に良い肉質の牛をつくろうとすれば長期肥育となるが、途中に使役を利用するなどの道草をやめて、良い肉質の牛をより短期間に仕上げることがすすんだりやり方であることはいうまでもない。

つぎに肥育の回転と関連させて年間の肥育規模の問題をみよう。常時の飼養規模は、どの部落でも一頭飼養が多い。ところが年間規模にするとかなりの差がある。つまりそれは肥育牛の回転率の相違によるものだが、その回転率の高低は耕地面積の大小とあまり関連していないことは、先の第1表からもわかる。むしろ部落ごとの差としてあらわれている(肥育技術の封鎖性)と同時に、同一農家でとりあつかう牛ごともちがう。個体差の問題が大きく影響するからである。

飼養規模拡大の本格的な方法は常時飼養頭数の拡大であろう。県内でも肥育のすすんでいるKo部落について検討したところによると、肥育牛を常時二頭おくには自給飼料が不足し、飼料価格と購入資金との関係から、結局、飼養期間が長くかかって不利だという考え方が強かった。残滓的な自給飼料の利用でない

第二の点として、飼養技術の相違があげられる。どの部落にも共通していることだが、肥育牛を八合程度の肉付きから満肉に仕上げることはなかなかむずかしく、また飼料費が急速にかさむので、ふつうは八合程度の肉付きで買却する。一般に六七合程度の肉牛をいれて八合としていたが、Ki部落ではもっと低い肉付きの牛を安くいれて、前半期は役畜としてつかい、終りの三カ月位で肥育して出す。それだけ長期になるわけである。他の二部落では、役利用は軽度にとどめ、耕耘は他部落の馬で

と不利な経営が一般的であり、積極的に自給飼料の作付を拡大して飼養規模を拡大するゆき方は、かれらの技術でもまだまだ不安定なのであろう。一般農家にとっては、肉牛肥育はまだ副業的な域を出ていない。

そこで飼料面についてみる。県畜産会の診断結果によると、役肉用牛について粗蛋白は不足し、養分総量はあたえすぎで「バランスを失っている」と指摘されている。東桜島地区で飼料を単味で給飼することが話にでたほどである。

鹿兒島の肥育牛はいもと大豆で肥育されているのが多い。もつとも問題となるのは大豆を主とした煮飼であらう。大豆は、肥育にとって速効飼料であるが、その多用は脂肪を過度にやわらかくし肉質を低下させる。技術陣の啓蒙にもかかわらずなお大豆から離れられないのは、肉質にかまわず少しでも早く太らせたいからだ。極端に言えば肥育で日銭をかせぐ式の下層農的性格の反映とみられる。と同時に、いまでも肉牛取引の大半が農家庭先でおこなわれ、肉質の評価がいまいちな生体取引の影響でもある。

### 3 肥育の経営収支

こうした肥育経営の収支をみると第2表のごとくである。

資料は鹿兒島県畜産会がおこなった「畜産経営技術診断」

による。ただし記録の内容についていささか妥当性を欠くと思われるところがある。たとえば各費目の年度間の繰越、繰入れの操作が不明確であるし、自給部分の評価基準もげんみつでない。しかし大体の傾向はしめされるところである。

ここでは牝、牡いずれの肥育経営においても概算純収益は赤字である。それどころか、自家労賃部分をみこんだいわば家族労働報酬にあたる概算所得においてさえ赤字なのである。一カ年だけの資料からあまり確定的なことはいえないが、牝牛肥育農家においては、販売代金三〇万円が、現金で支出する素牛代と購入飼料費との合計約三一万円にほぼ見合う形となっている。牝牛肥育経営では、販売収入の九万円強が、現金で支出する両費目合計一一万円よりかなり下廻る。農家は素牛代金と購入飼料との現金支出と販売代金が見合えばそれでよいとしている。という意見を現地で耳にした。自給部分を無視する点を指摘したもののだが、ときにはそれにすら達しない場合が少くないとみられる。

このような経営収支の赤字の原因はいろいろあろう。飼養技術の低劣もそれである。また現金収支上不利でも、役利用および厩肥利用の重要さから飼養せざるをえないという事情もあろう。つまり役、肉、糞畜が未分離の飼養段階の問題もある。さらにここでは肉牛庭先価格の低さに注目したい。その価格の低

さは、ひとつには全国の年間屠殺頭数の七割もしめるといわれている老廃牛価格の低さによって規定される。しかし肉牛の小売市場価格と農家庭先価格との格差を考えればそうとばかり片づけられない。

そこに流通組織の問題がある。つぎに県内流通組織の問題として家畜商と家畜市場について考察する。

## 二 県内流通組織

### 1 県内流通ルートの概要

鹿児島県の肉牛の流通ルートを図示すると第3図のようである。太線は主要なルートをしめす。

(1) 生産農家で生産された仔牛は、そのほとんどが仔牛市場に出場される。仔牛市場では県内、県外からの家畜商によってセリによる売買がおこなわれ、大部分が産地家畜商の手で県内育成農家に引渡され、一部は直接加工業者に買取られるか、あるいは出荷業者によって県外食肉問屋へ送られる。ま

第2表 畜産形態別経営1戸当平均収入  
(鹿児島県、昭和32年度)

項 目	肥 育	
	牝	牡
	円	
粗 収 入		
合 計	335,320	115,340
牛販売収入	303,199	93,000
廐肥収入	21,500	16,400
使役収入	4,270	5,840
増 価 収 入	6,350	—
経 営 費		
合 計	355,668	129,934
成 牛 減 価	—	—
素牛購入代	272,733	71,800
購入飼料費	37,858	38,099
自給飼料費	41,000	10,660
飼育労働費	4,076	9,398
概算純収益	△ 30,345	△ 14,599
概算所得	△ 26,269	△ 5,196

1. 鹿児島県畜産会「昭和32年度畜産経営技術診断」資料による。
2. 牝牛肥育は加世田市、牡牛肥育は谷山市が対象となっている。
3. 診断農家は各10戸である。

た県外の育成地帯におくられるものも少数ある。

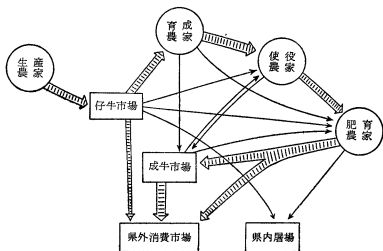
(2) 育成農家で育成された牛は、役牛として使役農家へ、あるいは肥育素牛として肥育農家に販売される。この売買は農家庭先でなされるのがほとんどで、成牛市場を経由するのは少い。売手、買手それぞれについて小屋関係(後述)にある産地家畜商(地馬喰)がお互に袖の下で手をにぎりあって価格の交渉をする。

(3) 肥育農家で肥育の完成した牛は成牛市場に出場されるか、あるいは農家の庭先で販売される。購入者は、いずれの場合

も県内出荷業者あるいは消費地食肉問屋の下買人である。成牛市場でセリ取引だが、庭先は袖の下取引である。庭先取引で、この場合も交渉は業者と売手農家と小売関係にある。

産地家畜商との間でおこなわれる。昨年より畜産による共同出荷がおこなわれているが、この場合も産地家畜商を介して集荷される。

(4)このようにして売買された肉牛は、県内消費用に県内屠場にゆくものの他は、すべて消費地食肉問屋におくられる。



第3図 鹿児島県の肉牛流通経路 (昭和33年調)

そこでの取引の仕方は後述することとして、県内屠場に出すのは郡内の食肉業者または産地家畜商による場合が多い。

県内の和牛の流通において、農家が直接に売買することはまれで、ほとんど産地家畜商の仲介によっている。近年、県技術員の指導で、農家が家畜商の仲介なしに市場出荷する例が薩摩郡などにあらわれているが、まだその数は少ない。そこで、まず産地家畜商の機能と性格についてみよう。

## 2 産地家畜商

ここでは産地家畜商を出荷業者と区別する。その機能がちがうからである。後者は自己の採算で肉牛を売買するが、前者は農家の家畜の世話をおこないつながらその家畜の移動を仲介する家畜商で、仲介手数料を取得する。

県内の産地家畜商の数は五千人をこえ(昭和三四年)、全府県第一位である。これは別に名譽あることなく、零細家畜商が多いことの反映である。県内総農家数五〇戸に一人、大家畜四〇頭に一人の割合になる。家畜商が専業で家計を維持するためには一五〇戸の農家を担当せねばならないといわれているから、その零細性がしられる。調査地区の家畜商を、関係する農家数の大小別にみると第3表のごとくである。五〇戸未満の家畜商

が七割以上をしめている。

このように家畜商が零細である、自分の手数料収入を多くするために必要以上に家畜の移動をはかろうとする。一方、農家もまた零細であるために現金収入を得る回数をややそうとするので、無理にその家畜商の動きを拒否しない。その結果はいたずらに流通マージンを増大させることになる。

また家畜商のほとんどは兼業をもつ。その多くは農業である。しかし農業の規模においては必ずしも零細農業とはいえない。

むしろそれぞれの地区の平均耕地面積を若干上廻る。このことからすると、必要以上に家畜の移動回数をふやす家畜商のうごきは、たんにかれらの零細性ないしは貧困さからの説明されるのでなく、農家に対するかれらの支配力の強さを考えねばならない。家畜商と農家との関係

をいまま少し考えてみる必要がある。

第3表 関係農家数別家畜商の数 (昭和33年)

地 帯	20戸	21～	50～	100戸	合計
	以下	50戸	100戸	以上	
川辺・加世田 (肥育地帯)	4	7	2	3	16
末吉町 (生産地帯)	14	3	1	—	18

調査対象となつた家畜商のみ。

家畜商と農家との間には小屋制度あるいは厩先制度とよばれる関係がある。現在、農家は素牛の導入について全面的に家畜商に依存しているが、それだけでなく家畜商はその導入した牛について数日おきには見廻り、飼養状態や家畜の世話に気をくばっている。それ自体は結構なのだが、実際には、あたかも家畜商が牛の飼養管理権をもち、農家はたんにその監督のもとに労働力を提供するだけという関係に転化しがちである。肉畜生産の発展とともにこの弊はだいたい薄れてきたが、まだ全面的に解消されたわけではない。家畜商は肥育完成牛の販売にはかなり強い権限をもち、その手をへなれば販売できないし、販売の時期も、価格の動きや肥育程度を考慮した家畜商の示唆によってきめられる場合が多い。一度、特定の家畜商と小屋関係をむすぶと、その後の小屋の移動はあまりみられない。せいぜい農家の縁者が新しく家畜商になったときにうつる程度である。牛小作関係は、以前はそうとうあったようだが、いまでは少なくなった。それでも調査した家畜商一六戸のうち三戸が実施していた。農家が売買糶旋料として家畜商に支払う手数料はつぎのようになっている。素牛を買った場合には、自分の小屋関係の家畜商に取引価格の一・五パーセントを支払うが、その他に家畜商の旅費、宿泊費を負担する。肥育素牛の場合、家畜商は成牛市場で素牛をみつけるよりも、常に取引をおこなう得意先の家畜



商を介して選定する。調査地区で現在いる肥育牛の九割近くは厩先取引を経由したものであった。だが素牛を市場から求めてきた場合には、以上の諸負担のほかに、さらに市場手数料一・五パーセントを農家が負担する。

肥育完成牛の売却の場合は、家畜商は同じく一・五パーセントの手数料を農家から支払われる。さらに家畜商は、ふつう、買入（出荷業者または問屋下買入）からも一・五パーセントの手数料をとる（ただし日祝郡南部と川辺郡では買入から手数料を徴取しない）。以上は厩先取引で売却した場合だが、市場経由で売却すると少しちがってくる。農家は市場手数料として一・五パーセントを支払うだけで、家畜商のふところへは家畜市場から一・三パーセントを還元されるにとどまる。

### 3 出荷業者および下買入

出荷業者は、産地出荷商の仲介のもとに生産者から肉牛を買入れ、県外の消費地問屋に送って売却する。つまり自己の採算で売買する。この点で消費地食肉問屋の委託をうけて買付けする下買入とはちがう。県内で純粹に肉牛の出荷業者というものは二〜三人、下買入は一〇〜十二人くらいである。大出荷業者になると年間五千頭以上の成牛を取扱い、上位の三名で鹿児島県からの成牛県外出荷量の四分の三をしめると推定される。

《ノート》 生産地における肉牛の流通経済

出荷業者または問屋下買入と産地家畜商との間には、特定の関係はない。同じ産地家畜商はAの出荷業者にも牛の斡旋をしてやれば、Bの下買入に対してもする。だが家畜市場においても厩先においても、肉牛の大部分が非常に少数の業者によって買占められている。そこにはいきおい買手独占の傾向が生じ、それにとまらぬ弊害がおこりやすい。とくに厩先取引においてそうだとみられる。産地家畜商が売手農家に代って出荷業者と交渉するわけだが、資力や取引能力の点でとても立打ちできない。生体のままで、個体差のほげしい肉牛の枝肉歩留りと肉質を評価し、それに消費地卸売市場の相場を心得て対等に業者と交渉することは、年間一〇〇頭くらいしかあつかわない産地家畜商にはむりである。

こういったことから畜協連の経営するセリ取引にもとづく家畜市場が奨励されたわけであるが、それにしても地方小市場ではセリ参加者が少ないので別に話をしないでもお互の空気が容易にセリ人の間に通ずるといわれる。調査地区で厩先売却した肉牛の九割までは、一度セリ市場に出場して本人おとして連れかえたものであった。それがセリ価格の二千〜四千円高で売却されている。このことからすると、家畜市場でセリ人の間で意識的に価格を引下げ、厩先取引を有利にしようとしているのではないか、という現地農家の話も根拠のないものではない。

うである。

4 畜協連

鹿児島県では昭和二六年四月に畜産事業農業協同組合連合会が設立され、単位総合農協および単位畜産農協を会員としている。

畜協連のもっとも大きな事業は家畜市場の開催であつて、市場手数料が最大の収入源となつている。県では畜協連以外のものによる家畜市場の開催を認可してない。これらの市場は各郡におかれた支所によつて運営され、各支所では一応独立採算制がとられている。家畜市場手数料は業務規定第一三条にきめられているが、仔畜市場と成牛市場とでことなる。仔畜市場では取引価格の四・五パーセント（売手側二・五パーセント、買手側二・〇パーセント）を徴収する。

第4表 畜協連川辺支所昭和29年度決算書

収 入			支 出		
項 目	金 額	割 合	項 目	金 額	割 合
	千円	%		千円	%
仔牛市場手数料	539	14	家畜市場諸掛	117	5
成牛 "	1,653	43	総牛馬検査諸掛	35	2
豚 "	865	23	家畜改良増殖費	0.3	—
市場入場料	164	4	小計	153	7
小計	3,220	84	旅費交通費	111	5
牒本交付手数料	97	3	消耗品費	7	—
種付料徴収手数料	27	1	通信費	71	3
種牡牛使用料	7	—	図書費	6	—
総牛馬検査手数料	472	12	会議費	9	—
預金利息	5	—	接待費	9	—
雑収入	15	—	運賃	1	—
登録登記事業収入	1	—	公租公課	4	—
			分担金	35	2
			修繕費	2	—
			水道光熱費	4	—
			貸借料	2	—
			雑費	1	—
			交付事業費	1,828	81
合 計	3,843	100	小計	2,091	93
			合 計	2,243	100

鹿児島統計調査事務所『家畜取引実態調査報告書』より引用。

取引が成立せず本人取りになった場合は、本人から売買双方分の四・五パーセントをとる。成牛市場では、三・〇パーセント（双方から一・五パーセントずつ）を徴取するが、取引不成立で本人取りの場合は徴取しない。他に入場料五〇円を徴取する。畜協連川辺支所の決算書（昭和二九年度）は第4表のごとくである。収入のうちでもっとも大きいのは家畜市場手数料で、収入総額の八四パーセントをしめる。事業として牛馬検査、登録登記、厩本交附、種付等をやっているが、それらの事業収入は多くない。支出面では、事業にともなう諸掛りは一割たらずで、交付事業費が八割強となっている。

この交付事業費は家畜商と単協にたいして支払われる。たとえば川辺の成牛市場では市場手数料として三・〇パーセントを取得するが、その配分は家畜商一・三パーセント、単協〇・六パーセント、畜連一・一パーセントとなっている。

なぜ家畜商に一・三パーセントもの額を還元するか。それは、これを出さないと家畜商の協力がえられず、家畜市場に出場する牛がなくなるからである。つまり小屋制度のもとに家畜商が農家既先の牛の移動には強い権限をもっているから、かれらが庭先取引でえる仲介手数料（一・五パーセント）にほぼ見合う額を保証されるのでなければ応じないからである。

## 5 中間経費

県内の流通各段階の中間経費を推計すると第5表のごとくである。この場合つぎのような前提をおく。

枝肉価格を一疋三〇〇円、生体重量六〇〇疋、枝肉歩留六〇パーセント、したがって一頭の枝肉代一〇八千円となる。ごみ皮代を考慮せず、この枝肉代金を基準とする。いまひとつ肉牛の各段階での価格を表でしめすように想定する。これは現地の処女牝牛の平均取引価格にもとづいて設定した。すると生産地生体価格八万円のうち、中間経費は八、三〇〇円で、一〇・四パーセントをしめる。農家の手取り総額七一、七〇〇円のうち各段階の農家に分配される額をみると、生産段階で二七千円、第一育成段階一三千元、第二育成段階一三千元、肥育段階一八千円となる。飼育期間を考慮して一カ月当り手取額をみると、生産四・五千元、第一育成一・三千元、第二育成三・三千元、肥育四・五千元である。畜連の経営診断資料によると、月当り飼料費は生産三・二千元、育成二・八千元、肥育六・六千円だから、生産段階をのぞいては飼料費にも達しない。

### 三 県外出荷における新しいうごき

#### 1 県外出荷の概観

昭和三二年度における鹿児島県（大島郡をのぞく）の肉牛処

第5表 流通経費の分配モデル (鹿児島県、昭和33年調)

期 間	生 産		第1育成		第2育成		肥 育	
	9ヶ月	10ヶ月	4ヶ月	4ヶ月	4ヶ月	4ヶ月	4ヶ月	
取引形態	牛 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	庭 （家畜商） （家畜商）	
牛 価 (円)	30,000	49,000	60,000	80,000				
市場手数料 (円)	市場へ 800	市場へ 600						
	産 (内家畜商) 180 農 種付料 2,100	成 家畜商へ 450 農 家畜商へ 675	成 家畜商へ 675 農 家畜商へ 900	成 家畜商へ 900 農 家畜商へ 1,200				
牛価8万円の配分	生産段階	第1育成段階	第2育成段階	肥 育 段 階	計			
農家の所得額 (円)	27,100	13,275	13,425	17,900	71,700			
中間経費	1,850	1,350	1,800	1,200	6,200			
内 { 家畜市場 家畜商	(1,250) (600)	(1,350)	(1,800)	(1,200)	(4,950)			
その他家畜商手取	2,100	—	—	—	2,100			

分頭数（県外出荷、県内屠殺および斃死）は、成牛三五千頭、仔牛六千頭である。そのうち、仔牛はそのほとんどを県外出荷とみてよいが、成牛については、県外出荷二五千、県内屠殺九千、斃死一千となる、後二者の計一万頭は年々あまり変動しないが、県外出荷頭数の変動はかなりはげしい。現在頭数にたいする処分頭数の割合を処分率とすると三四パーセントとなり、かなり高い割合である。事実、肉牛（仔牛をふくむ）四一千頭を処分したために、昭和三二年には七千頭ほど前年より現在頭数がへっている。

肉牛の県外出荷先をみると第6表のごとくである。資料の關係で家畜市場を経由した分についてはのみみたものだが、成牛、仔牛ともに京阪神市場が大半をしめている。鹿児島肉牛は、どこよりもまず京阪神市場と密接にむすびつき、したがって京阪神市場の動向によってつよく影響される。

たとえば鹿児島県ではいまもって去勢牛よりも牡牛（ツキ）の肥育が多い。経済的には割りのわるい牡牛肥育が盛んだというのも、阪神市場の食肉業界からの影響がよいからだとわいられている。

これらの肉牛は、先にみたように、ほとんどが出荷業者および消費地食肉問屋下買人の手を経て消費地食肉問屋におくられる。消費地食肉問屋では荷受けした肉牛を解体して枝肉とし、

それを仲買人が買受けて小売商に売却することになる。

大づかみの推定だが、小売価格のなかでこれらの出荷業者から先のマージンは三割師となる。ところが残りの七割弱にあたる農村産先価格のなかにはすでに産地家畜市場や家畜商の流通マージンが一割程度ふくまれているから、農家の手取分としては、六割弱程度であらう。

## 2 流通組織の改編のうごきと共同出荷

食肉流通過程の合理化のすすめ方には二つある。ひとつは流通組織の簡素化であり、いまひとつは従来の組織の運営の合理化である。後者については中央卸売市場法に基く食肉卸売市場の設置と関連して後でべる。前者の簡素化のすすめ方にはさらに二つあって、生産者またはその組織が流通過程に進出して中間組織を排除してゆくゆき方と、加工資本が進出するゆき方

第6表 鹿児島県産和牛の出荷先別出荷割合

(昭和32年度) (単位：%)

	九州	中国	四国	京阪神	京浜	その他	計
成牛	5.9	4.7	0.2	71.9	13.2	1.4	100.0
仔牛	32.3	—	6.6	60.8	0.5	0.3	100.0

県畜連調，市場經由分のみ。

とある。日本では加工資本による進出の程度はまだ低いが、それでも関西の伊藤ハムは兵庫県畜連に外積肥育の預託を数年前から実施しているし、またTハムは鹿児島市に加工工場を設置する計画をすすめている。その他にも加工資本が直接に産地とむすびつく動きはしだいに活潑化してきているから、将来注目すべきものとならう。

生産者組織による流通過程への進出は、鹿児島県では畜運經由の共同出荷の形ですすめられている。昭和三二年から始められて、肉牛についてはまだ萌芽的段階にすぎないが、その問題点についてみよう。

肉畜の共同出荷は、これまでの主要な流通ルートである生産者→家畜市場→産地出荷業者または消費地問屋下買入→消費地食肉問屋の経路のなかで、中間の二段階をとびこえて生産者か

ら畜連の介在のもとに直接に消費地食肉問屋に出荷する形をとる。まずそのことよって流通コストの引下げにどれほど貢献するかについてみよう。

第7表 芝浦屠場向肉牛(牝)共同出荷精算書  
(川辺畜連, 昭和33年12月4日)

項 目	1車分(13頭)	1頭当	備 考
	円	円	
I. 売上代金			円
1. 枝肉価格	1,101,886	84,760	100奴当129.34
2. 皮代	44,200	3,400	
3. 内臓代	50,700	3,900	
計(A)	1,196,786	92,060	
II. 諸経費			
4. 屠場諸経費	58,875	4,529	
手数料	35,904	2,762	売上代金計×3%
屠畜料	10,465	805	1頭当り固定
貨車引込繋宿料	6,604	508	
飼料代	5,902	454	
5. 積込経費	44,512	3,424	
貨車賃	44,369	3,413	
電報料	143	11	
6. 手数料	17,833	1,371	
県畜連	2,275	175	1頭当り固定
郡畜連	7,779	598	売上代金×0.65
家畜商	7,779	598	売上代金×0.65
諸経費計(B)	121,220	9,324	
III. 差引手取金(A-B)	1,075,566	82,736	

1頭当り枝肉重量 65.5貫。

第7表は川辺郡畜連が芝浦向におこなった共同出荷の精算書である。一車一三頭で一二〇万円の売上代金を得、諸経費は合計して約一割の一二万円である。従来ルートの出荷した場合かどうか。ここでは出荷業者は自己の独立計算で売買している。そのマージンをどれほどみるかが問題となる。メノコ算で一五パーセントといわれているのでそれに従うこととする。

出荷業者はこの一五パーセントのマージンのなから屠場諸経費、積込経費を支払うとすると、手許に六・五パーセントのこる。そのなから産地家畜市場における買手負担分一・五パーセントを差引くと、純手取りマージンは五パーセントということになる。

さらに生産農家は一・五パーセントの手数料を家畜市場ないしは産地家畜商に支払わねばならない。そこで従来ルルートによる場合には一六・五パーセントの流通コストがかかり、共同出荷の場合には一〇パーセント程度ですむ。つまり六パーセント強の流通コストが節約できることになる。

ただし以上の計算では、手数料歩合にたいする販売価格が生産地価格か消費地価格かを区別していない。出荷業者のマージン一五パーセント自体が確定したものでないので大づかみの推計にとどめた。

共同出荷の利点は流通コストの引下げにとどまらない。出荷

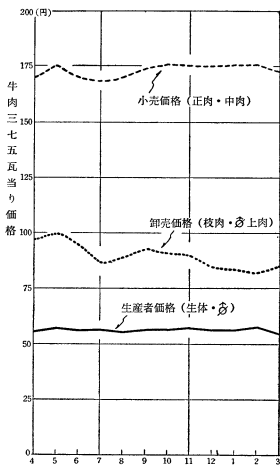
業者のうまみは、生体のままで生体重量、枝肉歩留りおよび肉質を評価する点にある。個体ごとにこの三点を評価し、消費地相場をにらみあわせて取引価格をきめるのはきわめて熟練を要すること、産地取引において出荷業者の独壇場だとしても過言ではない。かかる場合に、出荷業者は生産地でのような値のつけ方をしているか。第4図は昭和三二年度における牛肉の価格変動(月別)をしめす。消費地枝肉価格の変動がそうとうはげしいにもかかわらず、小売正肉価格および生産者生体価格の変動は少い。産地出荷業者や消費地問屋下買人が生産地価格をつけるやり方は、卸売価格の変動にもかかわらずかなりコンスタントなつけ方をやっている。よくいえば出荷業者が価格変動の緩衝的機能をはたしているのだが、そのメダルの裏をかえせば、生産者から素牛価格に飼料代を加えた価格で買取り、卸売段階での価格変動のうまみの大部分を取得することになる。いずれにせよ、消費地における需給条件の変動が中間でフィルターにかけられて、生産者価格に反映していない。こういった現象は、たんに年間月別価格変動においてだけでなく、牝、牡、去勢牛間の価格差、さらに個体の品質の上下による価格差についてもいえるようである。そうだとすれば、消費者の意向にそった品質のよい牛を仕立てようとする生産者の意欲はそがれることになり、生産力の積極的な上昇は阻碍される。

これに反して、共同出荷の場合の仕切りでは、牛の個体ごとに生体重量、枝肉重量および肉質に応じた枝肉単価を明示し、そのまま生産者の手取りの大小に反映する。これまで生産者は牛の外貌と生体重量くらいでしか牛の評価を考えなかったものが、枝肉重量や肉質の点にまで注意を払うようになる。

逆に、月別価格変動をはじめ、いろいろな価格差が未調整のまままで生産者に影響する点で共同出荷を批判する声も一部にある。

だがこれは社会的生産力の上昇を積極化する意味で共同出荷の利点だと考えるべきである。この原則をたてた上で、あまりにはげしい価格変動があった場合にその調整をはかる措置を第二段として考えるのが筋道というものである。

以上のように、大筋としてみれば共同出荷の方がより合理的な方法であることはあきらかである。では共同出荷が急速にのびてきているかといえばそうでない。昭和三年の一九年に全県をつうじて五〇〇頭程度である。なぜこんなに不振であるの



第4図 牛肉価格の月別変動  
(昭和32年度)

生産者価格は農林省『農村物価賃銀調査』による全国平均。卸売価格は日銀『東京卸売物価調査』。小売価格は総理府『小売物価統計調査』東京都。

か。それには生産段階の小屋制度が、つよく影響しているとみられる。

畜連が共同出荷用の牛を集めるやり方は、生産者から直接に集めるのではなく、産地家畜商を通じて集め、かれらに集荷手数料を支払う。つまり生産段階における小屋制度の基盤の上に共同出荷をおこなっているわけである。ところがその産地家畜商は、共同出荷にあまり乗気になれない理由がある。先の共同精算書にもみられるように、共同出荷の場合に家畜商のうけと



手数料は卸売市場価格の〇・六五パーセントにすぎず、もしかれらが尊厳して出荷業者に売れば少くも一・五パーセントの手数料が入る。場合によってはさらに出荷業者からも一・五パーセントも入る。だから共同出荷に自分の小屋から牛を参加させるのは割りにあわない。したがって産地家畜商が農家の牛の移動を左右する力をもつが、共同出荷がのびないのは当然である。共同出荷をのばすには、基本的には、畜連の生産面でのサービスをテコにして既先の牛の移動権を生産者が完全に握るか、あるいは現在の小屋制度を温存したままで産地家畜商に支払う手数料を引上げるか、そのいずれかによらねばならない。第一の方法がのぞましいことはいうまでもない。

### 3 取引方法の変化

昭和三十一年に東京、大阪をはじめ全国の七都市に中央卸売市場法に基く枝肉卸売市場を設置する方針がきめられ、すでに大阪市では昭和三十三年に実施にふみきった。それはたんに消費地における取引に大きな影響をあたえるだけでなく、それによって産地との間の取引も大きく変貌しようとしている。

消費地食肉問屋は、(1)荷受人として産地からおくられる肉畜をうけとり、(2)屠畜業者として家畜の解体にあたり、(3)食肉卸商として枝肉を消費地仲買人や小売商に売却する。かれらは産

地の出荷業者や生産者団体から肉畜を生体で買入れ、あるいは販売の委託をうける。ときには産地の下買人を利用して買集める。前二者の場合の取引決済には立仕切と精算払との二つがある。立仕切は生体のままで評価して代金を支払うもので、食肉問屋が肉畜を買入れるのは多くこの方法による。

精算払では屠殺解体した後の枝肉の重量と品質とによって代金を支払う。精算払のうちにも秤貫つぶし（屠殺前にあらかじめ生畜の枝肉単価をとりきめる）とつぶし上げ（枝肉にしてからその品質によって枝肉単価をきめる）の二つの方法があるが、鹿児島県からの分はつぶし上げ方式が一般にとられている。

この取引方法の相違は、流通過程における食肉問屋の機能の相違を反映している。戦前では食肉問屋による肉畜の買入れが一般的で立仕切がとられていたが、戦後は販売委託が多くなつて精算払がとられている。つまり食肉問屋は自己の採算による売買当事者たる地位から、たんなる仲介手数料取得者にかわつたわけである。立仕切には売買のうまみはあるが、投機的で、生畜の枝肉歩留りや肉質の評価を適確におこなえる能力がないと損失をまねくからである。また精算払とくにつぶし上げ方式が、だれにでも取引できる合理的なものであることはいうまでもない。

中央卸売市場法による卸売取引機構への改編はこのような取

引方法の変化を基礎とし、さらにそれをおしすすめたものである。大阪市食肉卸売市場の例をとっていえば、旧来の食肉問屋は統合して、大阪中央畜産株式会社という荷受機関をつくった（同市場ではいまひとつの荷受機関として大阪畜産株式会社があり、これは以前の大阪市津守家畜市場の仲立人によって設立された）。荷受機関は出荷人から肉畜をうけとり、これを市立屠場にだして解体し、枝肉を仲買人に販売する。出荷人への仕切りは取引成立の即日おこない、そのさい諸掛りおよび荷受機関手数料三・五パーセントを差引いて送金する。改正以前には、仲買人との間の取引は相対で袖の下方式がとられ、実際の取引価格は第三者がそばにいてもわからない。食肉卸売価格として建値が新聞に公表されていたが、その公表価格はかなり実情にそぐわないものとなりがちであったし、まして個々の肉牛についての価格はわからなかった。出荷者はおかしいと思っても問屋からしらすられる価格を信用するよりほかはなかったわけである。改正以降はセリ取引を原則とするのでその点がより公正になされる。実際には大阪市場でもセリ取引が徹底しているわけではないが、それでも以前にくらべてはるかに公正になったといわれる。

中央卸売市場法に基く荷受機関は肉畜の直接買付ができない。したがって食肉卸売市場の改正がすすむにつれて従来の問題下

買人による産地からの直接買付の比重が低下してゆくことになるが、これからの問題としてその空白をどう埋めるか。出荷業者か生産者団体かということになる。

また食肉問屋が以前にもついていたよい意味での積極的機能を、こんどはだれがどういう形で担うか。以前の消費地食肉問屋もたんに中間マージンの取得のみを旨としたものばかりではない。消費地仲買人にたいしては生産地の利益を代表し、相対取引でかれらに高く買わせ、そのえた利潤で産地の牛をより高値にかつ大量を買入れることによって自己の信用を高める。その過程でのおのずから社会的生産力の上昇に寄与しておったものもあつたわけである。改正後の消費地卸売市場で生産者の利益を代表する積極的機能は、これまた生産者自身または生産者団体たる畜連が担うべきものであらう。せっかく中央卸売市場法に基く食肉卸売市場の改正がなされても、生産者自身および生産者団体のあり方が反省されなければ、流通過程と生産過程とを統一して結実される社会的生産力の上昇は、それだけ阻碍されることになる。