

新津枝肉センター——産地肉畜

流通市場の新しい組織

高橋 伊 一郎

一 概 況

肉豚市場のさいきんの傾向の一つは、東京芝浦屠場における屠畜頭数が減少し、大生産地における地場の屠畜頭数が増加していることである。昭和三四年の後半にすでにその傾向があらわれたが、昭和三五年に入ってからとくにその傾向はいちじるしくなった。第1表にみられるように、昭和三五年の肉豚屠殺頭数は、前年同月の四割から六割でしかない。一月、一月二月に八割に上昇しているのは、実はその前年同月にすでにいちじるしい減少が始まっているからである。第2表は昭和三五年四月～七月の四カ月間の資料であるが、全国的にみて、前年度よ

《ノート》 新津枝肉センター——産地肉畜流通市場の新しい組織

第2表 主要生産県における肉豚
地場屠殺頭数の前年同期比
(昭和35年4月～7月)

県 別	県内屠殺頭数の 前年同期比
全 国	57%
北海道	95
青森	84
岩手	116
茨城	80
千葉	73
新長	108
静岡	77
熊本	77
宮崎	68
鹿児島	69
鹿 島	153

り屠殺頭数が減少している。それにもかかわらず主要生産県における県内屠殺頭数はあまり減少していない。新潟・鹿児島・岩手の諸県では、むしろ前年度の実績を上廻ってさえいる。消

第1表 芝浦屠場の月別豚屠殺
頭数 (昭和35年)

月別	頭 数	前年同月比
	千頭	%
1 月	19.6	43
2 月	24.8	65
3 月	27.5	60
4 月	29.7	61
5 月	28.8	55
6 月	26.3	52
7 月	19.8	37
8 月	20.8	42
9 月	19.9	57
10 月	23.0	62
11 月	26.9	81
12 月	33.8	89

『食肉通信』昭和35年11月21日号。

『東京都立芝浦屠場期報』より算出。

費地における屠畜頭数の減少と生産地における増加は何をいみするか。それは、これまで生体で大消費地に入荷されたものが減少して、それだけ枝肉で入荷するものが増加したからである。

産地からの枝肉出荷にもやり方はいろいろある。千葉県や埼玉県などの東京近郊の諸県で多くみられる形は、業者が農家から生畜を買入れ、地場屠畜場で屠殺、解体し、オート三輪車で東京都内に運搬するやり方である。これでも産地からの出荷は枝肉出荷である。だが、産地における生産者との間の取引は旧態依然たる農家庭先生体取引にすぎない。

それに対して、産地で生産者が肉畜を販売する段階からして枝肉取引をおこなうやり方がある。その一つは加工資本による原料肉畜の産地買付に利用される。産地に工場を設立し、その加工原料の肉畜を直接買付する場合に、往々、枝肉取引がおこなわれる。たとえば鹿児島県串木野市における竹岸畜産工業株式会社の場合がそれである。昭和三五年から開始された。

商業資本が産地で生産者から枝肉で購入し、それを消費地に枝肉輸送することがある。たとえば鹿児島県に進出した全国畜産株式会社（阿久根市、志布志町）は消費地卸売業資本であり、また同県の真砂産業株式会社（鹿児島市）は産地出荷商資本である。もちろん生産者は生体で運搬してくるから屠場設備を必要とする。それぞれ昭和三二年から三五年にかけて発足してい

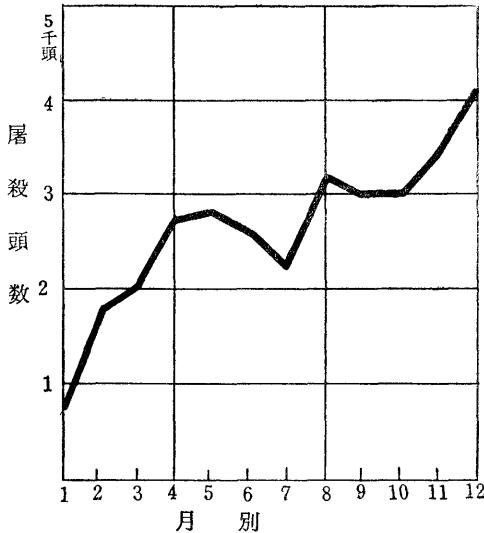
る。

産地枝肉取引のいまひとつの形は枝肉センター方式である。

枝肉センターとはスマートな名前だが、要するに生体家畜について産地家畜市場が果していた機能を、枝肉についておこなうものだと理解してよからう。つまり産地における枝肉の取引市場であり、また消費地に出荷する枝肉の出荷基地である。ただ、枝肉センターの取扱対象は生体でなくて枝肉なので取引市場の他に屠畜場、冷蔵庫などの特有の施設を必要とする。先の加工資本ないし商業資本による生産者との間の枝肉取引も産地における枝肉市場のひとつであるが、その場合の買受人は単独である。枝肉センターにおける買受人は複数である点が異なる。

新津枝肉センターはかかる機能をもったわが国最初の枝肉センターとして、昭和三五年一月、新潟県新津市に創設された。新潟県では昭和三五年の常時肉豚飼養頭数は約九万頭、年間販売頭数約一三万頭といわれる。枝肉センターの集荷対象地区は主に下越地区であるが、そこに県内飼養頭数の約三分の二が飼養されている。昭和三五年におけるセンターの取扱頭数は豚三万頭が主であって、他に成牛五百頭、犢四百頭、緋羊、山羊それぞれ六百頭前後となっている。肉豚についていえば、集荷対象地区飼養頭数の三分の二を扱っているといわれている。第1図にしめすように、枝肉センターの肉畜の屠殺頭数はかなり速

やかに増加してきているから、設立第二年度の昭和三十六年における増大が期待される。



第1図 月別家畜屠殺頭数
(新津屠場枝肉公社, 昭和35年)
注. 家畜単位に換算

新津枝肉センターの組織は新潟県新津屠場枝肉公社（以下枝肉公社と略称）と荷受機関からなる。枝肉公社は資本金五〇〇万円の有限会社で、新潟県および新津市が出資している。社長には現職の県農林部長が兼任しているが、実務の運営は専任の理事一名、部長二名が当たっている。その下に事務六名、屠夫一〇名、難役夫五名が勤務している。

《ノート》 新津枝肉センター——産地肉畜流通市場の新しい組織

枝肉公社の業務は屠場ならびに枝肉市場の管理運営にあたる。屠場は一日に豚四〇〇頭、牛三〇頭を屠殺する能力をもつ。冷蔵庫には豚三〇〇頭分の枝肉を収容できる。

荷受機関には県経済連と六業者がいる。荷受機関の資格制限もないことはないのだが、創設早々なので集荷量を確保するため、いままでは制限してない。これらの六業者は県内出荷と同時に、いずれも県外出荷を扱う。昭和三五年で、それぞれ一千頭から五千頭近くの豚の枝肉県外出荷をおこなっている。これらの業者と出荷した生産者との間には買取制で、それを県外、県内に転売する。荷受機関というよりも買受機関とでもいった方がよい。県経済連は販売委託をうける荷受機関である。経済連の枝肉県外出荷は全部を全販に出荷しているが、県内向けのものは業者に販売する。

二 枝肉センターⅡ公社方式の積極的意義

枝肉センターは産地市場に対し、また消費地市場との結び付きの点でも大きな影響をあたえる。しかも新津枝肉センターの場合には、公社が積極的な運営指導に当り、センター方式による成果を生産者と消費者に還元する努力をおこなっている。その枝肉センターⅡ公社方式の積極的意義を、価格設定の合理化、流通コストの節約、集荷の円滑化について考察し、その上で産

地市場の変貌についてふれたい。

1 合理的な価格設定

肉畜の商品としての価値は正肉にある。生体よりも枝肉の方がはるかに最終商品の形に近いし、それだけに商品としての評価をより正確にすることができる。生体取引の評価で正確さを欠く要因は、枝肉重量と肉質の評価の困難さにある。年間何千頭の豚をあつかう出荷業者でもある程度の誤りが生ずるというから、まして年間数頭しかあつかわない生産者が適確に見抜けるはずがない。

新潟県におけるこれまでの肉豚取引形態では、生産者は業者到庭先で生体販売するのがほとんどであった。現在でも相当量が庭先販売されているが、ふつう「芝浦相場の六掛け」で取引するといわれる。単価を芝浦相場の六割としてそれに生体重量を乗ずるのだが、いいかえれば、枝肉重量を生体重量の六割とし、それに芝浦相場を乗じて肉豚一頭の価格を算出することになる。しかも時には一頭一頭についてきめることをしないで、その時の取引総額数について一律にきめ、生体重量を秤量しないことすらある。

これでは生産者にとってどんな肉豚が市場で評価が高いか、またなぜ自分の肉豚の価格が安いのか、その理由を知る由もない。

つまり消費者の嗜好は、本来なら価格差となって表現され、生産者までつたわるべきものであるのに、中間業者に吸収されてしまうことになる。それでは生産者にとって、より質のよい、消費者の嗜好にあった肉豚を生産しようとする誘因が何もないことになる。

その弊が枝肉取引によって除かれる。通常、出荷する生産者、あるいは出荷組合や農協の係員が荷とともに枝肉センターに入る。そして屠殺、解体して枝肉となったものについて荷受機関と取引するから、豚の肉質の良否は容易に明らかとなる。その取引の過程でまた生産者教育がなされることになる。

さらに枝肉センターでは、生産者教育のためにきわめて効果的な方法をとっている。それは第3表のように、豚の枝肉についてAからEまでの等級区分をおこない、出荷者の豚の枝肉がどこに格付けされるか、枝肉重量はいくらかを一頭ごとに知らせる。そして価格欄では、上物Aの価格にくらべていわゆる落ち物がどれほど値引きされるか、その巾をしめす。そこで生産者は、出荷した豚がその時の上物の相場より何円方低かったのは、脂肪が黄色だったからとか厚脂肪によるとか、その理由を知ることができ、今後の対策をたてることができる。同表の値引率に、たとえばC級厚脂が一三六〇円のかんりの巾があるのは、相場の気配の強弱によって同じC級厚脂ものでも値引き

第3表 肉豚の規格と等級別価格 (新津屠場枝肉公社)

級 別	1頭当り枝肉重量 (kg)	そ の 他	価 格 (円)	出荷豚の 割合 * (%)
A	50.0~75.0	背脂肪1.5~3.0cm	上 物	47.4
B	B ₁	(13~14肋骨) 背脂肪1.5~3.5cm	当分間 上物扱	28.0
	B ₂	同上脂肪色の不良のもの	0~13	0.5
C	大 貴	80.5以上	13~50	—
	小 貴	37.5以下	13~26	1.4
	厚 脂	38.0~80.0	著しく厚脂でないもの	13~60
D	特大貴	130.0以上	32~70	—
	特小貴	34.0以下	26~32	—
	ガ リ	38.0~80.0	13~40	3.2
E	特厚脂	著しく脂肪の厚いもの	26~100	0.3
等 外	牡 豚		40~100	—
	黄 豚		32~150	0.1
	その他	C. D. Eの複合しているもの	26~150	—

注. 枝肉公社資料 (昭和36年).

* 昭和35年11月~36年2月間約2,000頭についての実績.

の程度が異なるからである。

なお肉豚の等級別割合は、昭和三五年一月から三六年二月の間にセンターに入荷された肉豚の実績である。入荷総頭数二千頭のうち、約半数がA級、三割弱がB₁級で、計四分の三が上物扱いに属す。落ち物の割合は四分の一で、その大部分は厚脂物である。

枝肉重量の評価に関連して枝肉取引が生体取引よりもすぐれている点として、喰わせ込み防止の問題がある。喰わせ込みは、販売のさいに少しでも生体重を重くするために、必要以上に多量に給餌する生産者の悪習である。そのために豚は胃腸障害を起し、輸送途上の事故をまねく。この悪弊は広くおこなわれ、買付けの業者もそれを心得ているので、適当に生体重量をごま化したり、買入単価を引下げたりする。結局、生産者にとっては何の利益にもならない。むしろ飼料の浪費となり、豚の輸送事故を増大するなど社会的に損失をまねく。

さて枝肉センターでは枝肉の秤量がなされ、肉質が公社によって格付けされる。価格設定における論争点の重用なポイントが公正な第三者である公社によってきめられる。すると残る問題は肉質に応ずる単価をどうきめるかということになる。ここにもまた公社の力が積極的に働らく。

新津センターでは取引価格を東京芝浦相場にリンクさせている。当初、『日本経済新聞』発表の芝浦相場上物価格の前日相場を基準とし、最低その七円高をもって、ごみ皮をもふくめた肉豚の取引単価とした。ところが芝浦の公表相場は相場の気配の強弱にともなう実勢を正しく反映していないので、後に公表相場のかわりに芝浦の実勢相場を基準とした新津相場によることになった。いづれにしても東京芝浦市場相場にリンクさせていることに変わりはない。

なぜ枝肉センターでは東京芝浦相場の七円高以上の単価で取引できるのか。産地出荷業者（センターにおける荷受機関）は新津センターで前日の芝浦相場、たとえば三二五円の七円高の三三二円で買い、これを東京に送って三二五円で販売する。これではマージンどころか採算割れでないのか。もちろんそうでない。というのは、ひとつは産地取引価格はごみ皮こみの価格であり、新聞発表の芝浦相場は枝肉のみについてである。芝浦でも実際の取引では、肉豚一頭の代金としては、この枝肉相場

にごみ皮代として七円ほど加算した単価を、枝肉重量に乗じて清算している。

そうだとすると、産地価格と消費地価格が同額になるだけで、輸送コストやマージンはないことになりはしないか。その部分は、従来消費地の卸売業者が不当に安く買叩いていたごみ皮買入価額を吐き出させることによって捻出している。東京市場では豚一頭分のごみ皮価格は一、五〇〇円（昭和三六年三月）しているが、先ほどの芝浦卸売市場における計算方法では、枝肉重量五〇疋として、一頭分のごみ皮価格は三五〇円にしかない。その差額一、一五〇円が消費地卸売業者の手許に入らなうが、そのうち屠場諸掛り三〇〇円を負担するので純手取りは八五〇円となる。それをこんどは枝肉出荷の実施によって産地業者が取得することになる。新津屠場諸掛りは生産者が負担するから、一、一五〇円がそのまま産地業者の手に入り、そこから芝浦までの輸送賃二〇〇円を見込んで、差引九五〇円が産地業者のマージンとなる。

現在、生産者が肉豚を販売する方法は四つある。(1)農家庭先で業者に生体で販売する、(2)経済連を通じて消費地へ生体出荷する、(3)枝肉センターで業者に枝肉販売する、(4)枝肉センターで経済連を通じて枝肉販売する、がそれである。いまこれら四つの方法による農家手取額の相違について推計しよう。第4表

第4表 販売方法の相違による肉豚1頭当り生産者手取額
(新津枝肉センター、昭和36年2月調)

項 目	(1) 農家庭先販売 (6掛の場合)	(2) 生体東京出荷 (経済連一全販)	(3) 枝肉センター (業者へ販売)	(4) 枝肉センター (経済連一全販)
売上金	325円×60% ×80kg=15,600	枝肉 49.2貳(a) 325円×49.2 =15,990 ごみ皮 800 計 16,790	枝肉 51.2貳(a) (325円+7円) ×51.2=16,998 (b)	枝肉 51.2貳 325円×51.2 =16,640 ごみ皮 800 計 17,440
経 費	庭先渡しのため 経費なし	手数料(b) 504 屠場経費 400 事故積立金 50 輸送料 0 計 954	屠場経費 350 屠場への 運搬費 150 計 500	手数料(a) 523 屠場経費 350 事故積立金(b) 26 輸送料 0 計 899
生産者 手 取	15,600	15,836	16,498	16,541
説 明		(a)枝肉歩留61.5% (b)手数料内訳 全販 1% 経済連 1% 農協 1% 計 3%	(a)枝肉歩留64.0% 枝肉出荷の方が 生体出荷より枝 肉歩留が高い。 (b)ごみ皮こみの価 格で枝肉相場の 7円高	(a)手数料3%の内 訳は(2)生体出荷 の場合に同じ。 (b)輸送料は徴収せ ずに、ごみ皮代 金の格差で相殺 (2)の方式も同じ

注. 新津屠場枝肉公社発表資料に基づいて算出。

がそれだが、新津枝肉公社発表の資料に基づいて算出している。肉豚の生体重量を八〇貳、出荷先は東京芝浦市場、枝肉相場を貳当り三二五円とする。

農家庭先の生体販売によれば、肉豚一頭当り生産者手取額は一五、六〇〇円で、他の方法にくらべて最低である。同じ生体販売でも、系統出荷の方が生産者手取額は大きい。さらに生体販売よりも枝肉販売の方が有利である。枝肉センターを経由すると、系統出荷と業者への販売のいずれの場合でも一六、五〇〇円からの手取額となり、農家庭先販売にくらべて九〇〇円のひらきがある。当事者の言によれば、そのひらきは一、〇〇〇円から一、五〇〇円になるといわれている。このように枝肉センターにおいて生産者の手取額を引上げるような価格のきめ方は、もちろん荷受機関が自主的にきめたものではなく、枝肉公社の指導によることが大きい。

2 輸送コストの節約

輸送コストの節約は、枝肉輸送による目減りの減少と一車当り輸送量の増大による。さらに生体輸送にもなう不測の病傷害の危険をさけられるし、生豚輸送のときに要する上乗人を節約できる。

輸送途上の目減りについてふれよう。新津枝肉センターで、

昭和三五年一～三月の間に、同一豚舎の豚についておこなった調査結果がある。それによると、新津枝肉センターで屠殺、解体し、冷蔵庫で二四時間冷却した三三三頭の結果は、枝肉平均歩留り六三・九パーセントであった。このうち解体後二四時間中の減量は、五三頭の平均で一・一五パーセントであった。そして東京芝浦への輸送による減量はきわめて少なく、五〇〇瓦きぎみの竿桿にはあらわれない。他方、生体輸送による歩留りは、農家庭先における生体重量と東京芝浦における枝肉重量との比較で、二八九頭の平均で六一・五パーセントの歩留りであった。つまり約二パーセントの違いがある。一頭につき一・五～二・〇㍑の枝肉重量の差となるから、三〇頭につき一頭分の違いとなる。

つぎに輸送費をみると、枝肉輸送の場合は生体輸送よりも一車により多量につめる。鉄道レテ一二トン貨車を使用すると、生体では肉豚六〇頭しかつめないのに、枝肉では一五〇～一八〇頭をつむことができる。枝肉センターの資料によると、第5表にしまつごとく、新津市から東京都芝浦まで生豚輸送費が一頭当り二〇〇円を要する。同じ鉄道貨車で枝肉輸送すれば、氷塩ならびに積載施設等もふくめて一車分の総経費は三千円となる。しかし一車当り積載頭数が多いので、枝肉一頭当りでは同じく二〇〇円ですむ。屠場経費の違い、事故積立金を考慮す

第5表 枝肉輸送と生体輸送の経費比較
(新津市～東京都芝浦間、昭和35年)

項 目	生体輸送 (鉄道貨車) (a)	枝 肉 輸 送	
		鉄道貨車 (b)	冷蔵トラック (c)
集 荷 費 用	円 150	円 150	円 150
輸 送 費 用	200	200	300
屠 場 経 費	400	350	350
事 故 積 立 金	50	0	0
計	800	700	800

注. 新津屠場枝肉公社資料。

- (a) レテ12トン車 60頭積 (生体)
 (b) レテ12トン車 180頭積 (枝肉)
 (c) 8トン ユニッ ト・クレー ー式
 冷蔵トラック 100頭積 (枝肉)

れば、枝肉輸送の方が一〇〇円安くなる。

新津枝肉センターには、新潟運送建設会社の所有するユニッ ト・クレー ー式八トン冷蔵トラックが配車されている。雪害がなくなる四月から一ヶ月の間に利用される。一回の積載量は約一〇〇頭、それに二〇〇頭分の内臓、頭を同時に輸送できる。冷蔵トラックによる輸送費用をみると、東京芝浦まで一台三万円、一頭当り三〇〇円を要す。鉄道輸送の場合にくらべて、一頭当り一〇〇円高となるが、しかし輸送所要時間はいちじるしく短縮され、しかも購入先の店頭まで容易に運搬できる。貨車

輸送では東京芝浦まで三日間要すが、冷蔵トラックでは、長野廻りでわずかに一七時間ですむ。とくに相場変動期にはトラック輸送の利点は決定的である。

3 出荷業者の組織化

先にのべたように、生産者は枝肉センターを利用することによって、旧来の農家庭先販売にくらべて、肉豚一頭当り九〇〇円からの手取額の増大となった。その利益はどこからきたか。最大の源泉は、従来消費地卸売業者がえていたごみ皮代金である。第二の源泉は、産地業者のマージンの圧縮である。このような流通過程における業者の利益圧縮の動きは、業者側から集荷阻止、荷受拒否の反対行動をまねくのがふつうである。事実そういった動きもなくなかった。後にふれるように芝浦の卸売業者は取引のうまみのない枝肉の荷受けを拒否している。また産地側である新潟県においても、新潟市屠畜場の閉鎖問題ともからんで新潟市と一部の新潟市食肉業者とは新津センターに協力しない。新潟市屠畜場は一日に三〇頭からの豚をあつっているもので、その分が協力するかどうかはかなり重要である。現在、枝肉公社の取扱頭数は、増加傾向にあるとはいえ、昭和三五年一〇〜一二月の三ヵ月平均で、月に約三、五〇〇頭含大家畜、豚換算）、一日当り一四〇頭である。一日一五〇頭が

第6表 肉畜別市場ならびに屠場諸経費
(新津屠場枝肉公社、昭和36年2月)

肉 畜 別	市 場 諸 経 費		屠 場 経 費	
	市 場 手 数 料	冷 蔵 庫 使 用 料 (1頭1日)	屠 場 使 用 料	検 査 手 数 料
牛	(当分無料)	円 60	円 300	円 500
馬		}	300	450
豚			150	200
羊		30	50	50
山 羊	公 社	新 津 市	新 津 市 公 社	新 潟 県
緬 甸 羊			新 津 市 公 社	
徴 収 者				

採算点で、ふつう二〇〇頭以上はほしいといわれている。屠場および市場諸経費は第6表のごとくなっているが、そのうち枝肉公社の収入源は屠場使用料の一部と市場手数料だけで、しかも市場手数料は現在は無料である。公社の経営収支は現在赤字であるが、その克服のために直ちに使用料や手数料の引上げをおこなわないとすれば、残る方法は取扱頭数の増大にある。そしてそれこそが公社のとるべき本筋であろう。

そこで集荷の増大のためにいかなる方法をとっているか。第一に公社による産地業者へのサービスとその組織化であり、第二に、生産者の生産出荷組織の強化である。まず第一の点からふれていこう。

業者に対するサービスの重要なものとして公社による信用保証がある。枝肉センターでは産地出荷業者から生産者への支払いは即日になされるが、消費地卸売

業者や地元食肉業者に出荷した場合の出荷業者への代金清算は多少おくれる。業者扱いは枝肉センター取扱量の三分の二をしめているから、先ほどの最近の例からすれば、一日当り九〇頭ほどになる。産地買入価額が肉豚一頭一六、五〇〇円（第4表(8)のケース）とすれば、一日当り一五〇万円の資金がいる。手形の期限が一〇日とすれば一、五〇〇万円からの資金を用意しておかねばならない。産地業者としては銀行に手形割引きしてもらって資金を運転したいところである。そのためには業者の信用のみでは容易でなく、あるいは割引条件も悪い。そこで枝肉公社は第四銀行と交渉し、公社の信用裏書によって日歩二銭三厘の低利で融資をうけられるようにした。業者はたとい自己資金は少なくとも、相当規模まで低金利資金で事業活動をおこなえるわけである。

つぎに、県外枝肉出荷奨励金として肉豚一頭につき二〇〇円を県から支払われる。その実現には公社からの働きかけが大きいとみられる。県の建前としては、枝肉で県外出荷するものについては、新津センター経由か否かを問わずに支払うことになっているが、事実上は、枝肉出荷は新津センター経由しかない。二〇〇円の算出基礎は県の収入となる検査手数料の払戻しである。

なぜ枝肉出荷奨励金を支払うか。それは東京芝浦業者が地方

屠殺ものに対して単価を不当に切下げる悪習をもっているからである。地方屠殺ものは屠殺技術がおり、衛生的にもよくないというのが理由だが、東京近県ものはともかくとして、少なくとも新津仕立ての物についてはそれは当たらない。解体時の洗滌、足くびの切斷、ユニット・クーラーによる急速冷却、包装など、むしろ芝浦ものに優る。にもかかわらず芝浦市場側でかかる悪習を固持しようとするのは、産地からの枝肉出荷が芝浦の卸売業者の商売のうまみをなくすからである。

センター発足の当初は、芝浦業者による買叩きを考慮し、その補償の意味で検査料の払戻しをおこなった。しかし実際に検査業務をおこなっているからには、消費地の販売ルートと販売条件とが軌道にのるにつれ、漸次是正されてしかるべきものであろう。

枝肉公社は、自ら先に立つて積極的に県外販売市場の開拓に乗出している。従来の東京芝浦の卸売業者が旧弊にとらわれて枝肉の荷受けを拒否しているの、それに代る販売市場が確保されないと、産地出荷業者も積極的に協力できないからである。

枝肉の県外出荷先はI 栄養食品（神戸・東京）、Y ハム（大垣）、T ハム（大阪）、Z 畜産（東京）など大手の加工会社と問屋であり、それに横浜・名古屋・大阪の中央卸売市場がくわわる。出荷先を関東と関西にわけると、第7表のごとく、経済連扱

第7表 出荷者別県外出荷先別
肉豚頭数

(新津枝肉センター，昭和35年)

出荷者	関 東	関 西	計
業 者	7,130 ^頭	7,731 ^頭	14,861
経済連	2,950	901	3,851
計	10,080	8,632	18,712

注. 新津屠場枝肉公社資料。

を開拓したというのが実情であろう。

新しい市場を開拓し、積極的に対応するため、センターの産地出荷業者は移出組合を結成した。組合に常任理事制をしき、理事の市況判断にもとづいて出荷先をきめ、共同出荷をしている。公社はその相談役ということになっているが、事実上は、公社の判断が強く働いている。組合の共同出荷は、計算はプールではなく、組合員各自の出荷物に応ずる個別計算であり、また同一貨車内の荷でも出荷先が同一とは限らない。

出荷先との間の販売条件は、大手先とは協定をむすんでいる。基準価格は東京芝浦相場の何円上げというやり方で定める。上物についてはあまり問題はないが、いわゆる落ち物の価格は相

いもふくめた合計では関東の方がやや多いが、業者扱いのものだけだとむしろ関西方面への出荷の方がやや多い。新潟の豚がどちらかといえば加工原料に適し、その加工会社もあるが、それよりも東京芝浦市場で拒否されるため、遠隔地にもかかわらず関西市場

が関西方面に多いという事情もあるが、それよりも東京芝浦市場で拒否されるため、遠隔地にもかかわらず関西市場

場の気配の強弱によって変動が大きい。そこでその変動の中を一定の限度におさえるような価格のきめ方をしている。卸売業者に出荷する場合もそのマージンはかなり低くおさえた有利な価格で出荷している。

4 生産者組織との結付き

枝肉センターの目的のひとつは、産地枝肉取引市場として生産者段階の取引を枝肉取引とすることにある。しかしこの点での成果はいまだに不十分である。たとえば枝肉センターでは集荷対象地域の肉豚の三分の二を集荷しているといわれる。経済連と業者の双方を経由して集荷されるわけだが、業者扱いのうちの三分の二までは農家庭先で生体で買入れ、枝肉センターにもってきたものである。取扱量の少ない経済連扱いをかりに考慮外におけば、生産者と業者との間で枝肉取引がおこなわれている割合は、センター集荷範囲内の地域についてみても、二割強程度にすぎない。残りの八割弱は、いぜんとして生体取引とみられる。

なぜいまもって生産者段階での枝肉取引が少ないか。生産者としては枝肉取引が有利なことはすでにみた通りであるから、センターの情報普及がなされているとすれば、業者の取引力が強いということになる。県外出荷業者は県内各地に集荷のため

の産地仲買人をもつ。産地仲買人は出荷業者の委託をうけて担当地域の生産者から肉豚を集めるが、その集荷網を確保するために、仔豚や飼料の斡旋、融資、養豚技術の指導などをおこなう。このような形で集荷網に組入れられている農家は、たとえ枝肉出荷の有利なことを知っていても、業者のいうごとく産生体取引にしたがわざるをえないであろう。

生産者が業者の網の目から逃れ、自主的に出荷の方法や条件をきめられるようになるためには、まず、生産諸条件について自分の足で立てるよう生産者自身ないし生産者組織として考えねばならぬ。つまり仔豚の導入、飼料の斡旋、融資および技術指導等の生産の場で業者に把握されておれば、流通の場でも当然、業者の要求にしたがわざるをえない。第二に、出荷単位として十分な規模を備えることである。必ずしも個別の生産規模を拡大しなくとも地域的に出荷の組織化をはかってもよい。現在この地域には出荷組合と農協の二つの形があり、出荷先としては業者および経済連がある。一概にはいいきれないが、出荷組合は業者に、農協は経済連にむすびつくことが多い。

農協および経済連が肉豚をあつかい始めたのは比較的最近のことである。県内の肉豚流通量一三万頭のうち経済連扱いは三万頭強にすぎない。このうち枝肉センターを経由するのは九千頭で、残りの二万頭強は生体扱いである。経済連扱いの肉豚は

県外出荷と県内出荷とに向けられ、両者の取扱量はほぼ同じである。県外出荷はいずれも全販向けだが、そのうち、枝肉センター経由で枝肉出荷されるのは四千頭で、生体出荷は一万頭である。県内出荷はセンター経由五千頭、生体出荷一万頭で、業者に販売される。

経済連から全販への枝肉出荷量は、生体出荷よりはるかに少ない。生産者の利益擁護の点からすれば、理論的には枝肉出荷の方が望まれることはすでに指摘した通りである。にもかかわらず生体出荷が七割以上も占めているのには二つの理由が考えられる。そのひとつは立地条件からして新津センターを経由するよりも東京へ直送した方が有利な場合である。いまひとつは、全販の枝肉受入態勢が不備なために、枝肉での荷受量が限定されることである。第一の理由も肯けるが、そのために経済連出荷の七割が生体で出荷されねばならぬとは思われない。むしろ第二の理由によって制約される面が強いのではないか。もしこのままに推移すれば、経済連としては、系統出荷を重んじて生体出荷をおこなうか、あるいは産地枝肉センターの育成を計って全販以外の荷受先への枝肉出荷を増大させるか、の岐路に立つことになる。この点全販段階で積極的に枝肉処理販売ルートを開拓しないと、系統出荷の強化が枝肉センターの円滑な運営と矛盾し、生産者の利と相反することにもなりかねない。

5 産地市場の変貌

枝肉センターの出現は従来の産地流通組織に大きな影響をあたえる。その第一は産地仲買人の不要化と、農協が集荷機能を担当する傾向である。従来、産地仲買人は産地出荷商乃至産地卸売商の依頼によって、自己の地盤に属している生産者から肉畜を買集め、手数料をえていた。産地出荷商はこのようにして荷を揃え、消費地卸売業者（主に東京芝浦業者）に出荷し、販売した。県内流通の分は出荷商も兼ねる産地卸売業者から小売商に販売される。小売商が直接生産者から買入れ、屠場でつぶして自己の店に陳列するやり方は、戦前にはあったが現在はない。

さて県外出荷業者は産地仲買商を通じて肉豚を買入れ、オート三輪車で雇人に集荷させた。その形は現在もまだ続いているが、枝肉センターの成長と同時に産地仲買商の重要性が低下してくるようになった。それはこういうわけである。

生産者はふつう庭先で生体販売するよりも枝肉センターで枝肉取引した方が有利である。その場合には、通常、自分でセンターまで運ぶ。オート三輪一台で生豚一五頭を運搬できるので、出荷単位の関係から、出荷組合ないし農協経由で出荷することが多い。いづれにしても、集荷機能は生産者自らが担当することになり、わざわざ産地仲買商を必要としなくなる。さらに、

出荷業者の側にも、産地仲買商の縮小ないし切捨てを促進する要因がある。枝肉取引によって出荷業者のマージンが狭められ、そのためコストの節約を積極的に計らねばならなくなったからである。そこで集荷機能を生産者なり農協なりが担当してくれる、産地仲買商を従来ほど必要としなくてもよいわけである。第二の変化は、地方小屠場とそれを基盤とする零細産地卸売業者の地位の低下である。新津枝肉センターの屠場施設はすぐれているし、その使用料も低廉である。その集荷対象地域は下越全域にわたっている。ところが新潟県には零細屠畜場が多い。その数は三二で、全府県第四位である。冬期積雪時の交通困難にそなえて屠場数が多いといわれているが、現在の輸送条件の下ではそれほど多数を必要としない。今後の傾向としてこれらの零細屠場は漸次淘汰されることになり、それを利用していた産地業者は枝肉センターを利用するようになる。

以上の形を今少しすすめばどういう姿が予想されるか。枝肉センターへの集荷機能のうちで、生産者団体とくに農協の地位は現在より重くなる。業者の側でも相応の集荷の努力をおこなうであろうが、現在のセンター集荷量における系統出荷三業者七の割合が、漸次前者に重くなるとみられる。すると全販段階における販売ルートを開拓するか、でなければ県経済連が、全販に頼らないで自ら積極的に販売ルートを開拓せねばならな

い。事情のいかんによつては、経済連独自の活躍が期待されよう。そうでなかったら、農協自らが、あるいは数農協まとまつて、たとえば後にふれるような経済団地として、流通過程に乗り出すことも予想される。業者もまたそれに対応して相当の努力をおこなうであらう。その結果、一頭当りマージンは、現在水準より低くなろうとも、高くはなるまい。それを推してなお業者がのびようとすれば、低マージン、大量扱いの方向以外にないであらう。したがってセンターにおける業者荷受機関の数も減少することになりはしないか。

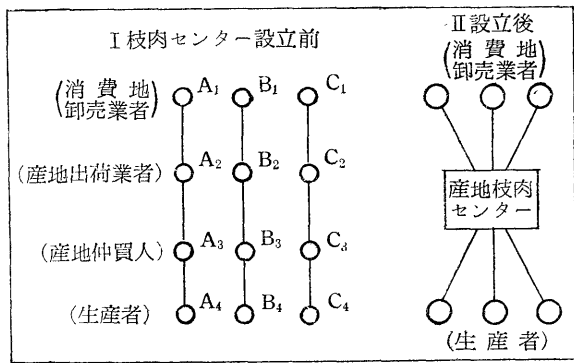
変貌の第三として、消費地市場との関連における産地市場のあり方の問題がある。わが国では消費地卸売市場は屠場と併置され、消費地屠場における懸肉室を中心にして卸売市場が形成されている。冷蔵技術の低かった時代には、消費者に生鮮肉を提供するために屠場を消費地におくことが必要であつた。したがって産地からは生体出荷が要請される。そして運搬手段としては鉄道がほとんどだったから、輸送上の便宜から消費地の特定の個所にまとめて荷を卸す。そこで消費地卸売市場は消費地内の一個所に集中され、いわゆる中央市場組織をとるようになる。消費地屠場、産地からの生体鉄道輸送の条件がそれを支えたわけである。

従来、新潟県の産地出荷商はほとんど東京芝浦市場を対象と

した。芝浦の特定の卸売業者と直結し、その指図により産地で集め出荷した。芝浦卸売業者 A_1 は産地出荷商 A_2 と、 A_2 は産地仲買人 A_3 と、そして A_3 は生産者 A_4 と連結していた。同様に別の芝浦卸売業者 B_1 は、 B_2 、 B_3 、 B_4 と結びついていた。つまり消費地卸売市場、消費地卸売業者を頂点とする垂直的な系列組織をなしていて、A系列とB系列との間の横断的な市場形成力は弱かつた。産地家畜市場は、産地段階における横断的な市場形成の場をあたえるものだが、先ほどの条件の下ではその形成力は弱かつた。まして成豚市場そのものは少なく、新潟県では存在しなかつた。

校肉センターは校肉について産地市場の機能を果たす。しかもそこにあつかうものは生体でなくて校肉であり、輸送手段として新しく冷蔵トラックも登場した。したがって消費地屠場を経由する必要はなく、輸送技術上、必ずしも卸売市場に荷を集める必要もない。トラックなら買受人の店頭に直接運搬した方がかえって便利である。そうなると、校肉センター、校肉輸送は、消費地における中央市場組織と必らずしも結びつかなくもよいことになる。

さらに新津センターでは、校肉公社が中心となつて出荷の組織化がなされた。移出組合が結成され、県外出荷についてかなりの共同歩調がとられた。出荷先も従来のように芝浦市場に限



第2図 肉豚流通組織の模型 (新潟県)

こんどは枝肉センターで一度総合され、そこから全国各地の市場に向けられるツヅミ型に変化した。それだけ市場の競争の範囲が拡大し、公正な競争が期待されることになる。

三 価格変動と枝肉センター

価格変動にいかに対処するかは枝肉センターの成否にきわめ

《ノート》 新津枝肉センター——産地肉畜流通市場の新しい組織

定められることなく、組合の自主的判断に基いて大阪、名古屋、横浜等の他市場へも出荷されるようになった。消費地中央市場を頂点とする垂直的な系列組織から、横断的な産地市場の形成がされつつある。その形を図でしめせば、第2図のごとく、旧来のスダシ型から、

重要な問題である。センターで枝肉を買取り消費地に出荷し販売する荷受機関にとってそうであることはいうまでもない。売買差益の多寡に直接関連するからである。

ところが枝肉公社の運営にとってもその問題は重要である。なぜなら公社の経営収支の赤字は、たんに取扱量が予定に達しないことによるだけでなく、価格変動にもなう公社への入荷量の変動にもよるからである。たとえば公社に現在二一名勤務している。もし入荷実績が常に予定より下廻るものであれば、人員縮小その他の方法によって経費を節約し、赤字を解消することも可能である。ところが現実においては、月間の実績が予定に達していないにもかかわらず、最近までは休日や電休日のみで、日曜出勤の状態がつづいた。それというのも枝肉センターへの出荷量の変動が毎日甚だしく大きく、一日のうちでも特定の時間に集中する。産地センターは、芝浦屠場のように、屠殺残を出すわけにはいきかねる。そこでそのピーク時にそなえて、普通は不要であるにもかかわらず、多数の人員をかかえ、設備を用意しておかねばならないからである。

枝肉公社の当事者の経験では、大消費地から遠くへだたるほど枝肉センターを運営し易いといわれている。つまり消費地に近いほど消費地卸売価格の毎日の変動がそのまま出荷量に大きく影響する。消費地に出荷するのに手間がとらず、価格変動の

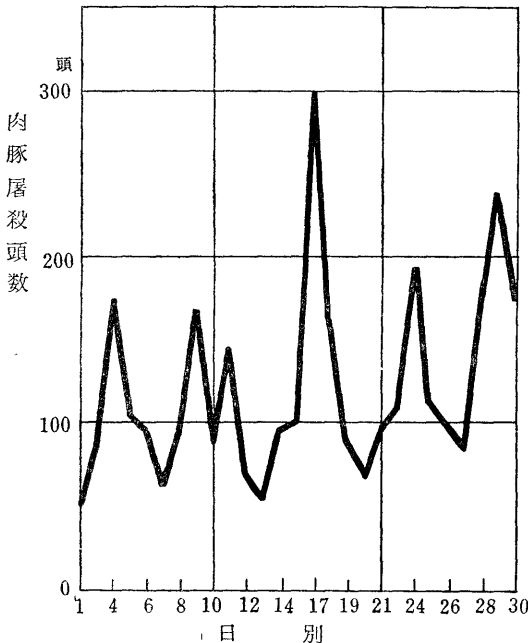
動きを利用しうるからである。それに対して遠隔地になるほど輸送に日数がかかり、出荷時と消費地到着時とは相場も変わってくる。したがって日々の価格変動を利用して出荷量を調節する細かな操作は、遠隔地になるほど困難となる。そこで遠隔地では出荷量、変動が少なく、センターの運営も容易となる。新津センターの地理的位置は、中間地とみられる。

1 価格変動とセンター入荷量

第3図は昭和三十五年一月における肉豚屠殺頭数の日別変動をしめす。公社ではその日の入荷量はその日のうちに屠殺するから、これはそのまま入荷量の変動とみて差支えない。みられるように、日々、五〇頭から二〇〇頭の中をもって変動し、甚だしいときには四〇頭や三〇〇頭の日もある。

このセンター入荷量の変動の全部が価格変動に基づくものかといえばそうでない。この図から察せられる一つのことは一週間毎の周期性である。日曜日は一週間のうち最低で、土曜はそれにつづいて少ない。これらは経済連からの出荷が土曜、日曜になく、なることによる。最高は火、水、木の週央にあらわれているが、それ以上細かな点についてはいえない。

つぎに価格変動とセンターへの出荷量との関係についてみよう。価格としては『日本経済新聞』発表の東京芝浦相場をとる。センターへの出荷は前日の芝浦相場を目安としていえると考えられるので、前日分の枝肉価格を対応させている。それにここで利用している価格は、落ち物の最低価格をとっている。その理由は価格の変動を示すものとしては、上物の標準価格よりも落ち物の最低価格の方が適切だとみられるからである。この点の後でふれることにする。センターへの出荷量についても曜日の



第3図 肉豚屠殺頭数の日別変動
(新津屠場枝肉公社、昭和35年11月)
注：新津屠場枝肉公社資料。

影響があるので、その変動を修正したものをしめす。

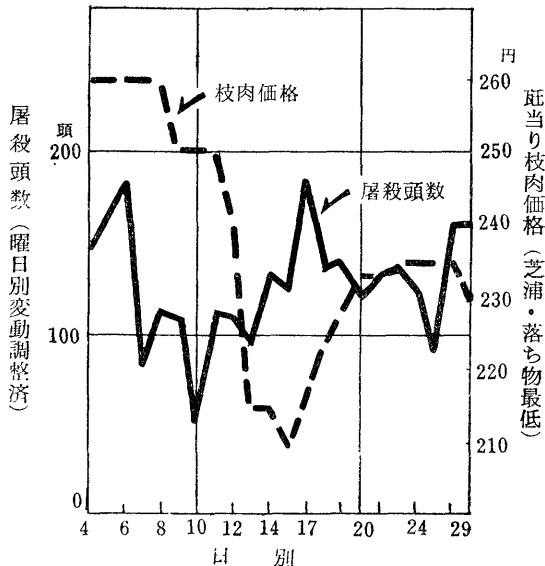
第4図はそのような操作を経て作成された。本図によると九日、一二日、一三日、一五日、一七日、一九日、二三日の価格変動については肉豚屠殺頭数は平行した変動をしめす。一八日および二〇日は逆の変動となっている。価格が下り始めると、先行き下落の見込みから売急ぎのためかえって出荷量がふえ、また逆に価格の上り始めには売控えることもあるという。こうなると価格と出荷量の変動関係は一義的に正とか負とかに割切れないが、本図からは正の関係の方が多い。しかしその変動の大きさは比例しているとはいえない。

価格変動にくらべて出荷量変動の方がはげしい。

本図ではスケールの関係から両者の変動の大小を明確につかむわけにいかないが、変異係数を比較すると明らかである。価格変動では〇・〇六八であるのに出荷量変動（曜日別変動調整済）では〇・二五一となっている。

2 センター入荷量の調節

センターへの入荷量の変動を縮小するために、いかなる手段をとろうとしているか。



第4図 枝肉価格と肉豚屠殺頭数の日別変動
(新津枝肉公社, 昭和35年11月)

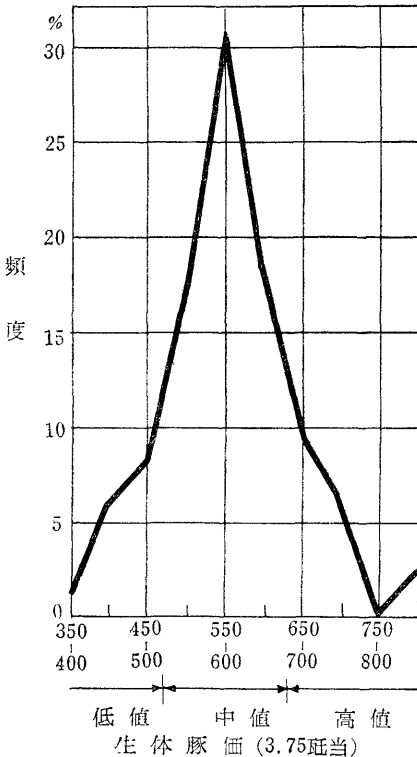
注. 新津屠場枝肉公社資料および『日本経済新聞』。
枝肉価格は前日相場。

この場合、センター附設の冷蔵庫は積極的に調節機能を果たしているとはいえない。理想的な形としては、冷蔵庫に大量の枝肉を保管し、消費地の価格変動に対応して冷蔵庫からの枝肉出荷量を調節し、生産者からの生体入荷の方は日々あまり変動させないことであろう。しかしそのためには、生鮮食品としての冷蔵保管の技術、収容能力、保管料等の問題をふくむ。

新津センターの冷蔵庫はユニフト・クーラー式で一三二平方メートル、肉豚三〇〇頭分を冷蔵しうる。現在一日平均屠殺数量が一四〇頭だから、約二日分強の収容能力しかない。集荷量が予定通りに増加して二〇〇頭になれば一日半分に減少する。現状をもつては、屠殺、解体直後の温屠体の枝肉の急速冷却(二日)、地元消費用の保管を別とすれば、輸送上の荷口を揃えるための一時的な保管で手一杯とみられるし、近い将来にはそのためにすらも間に合わなくなりそうである。積極的に価格変動に対応する枝肉出荷量の調節のために利用しうる余裕はない。

センター段階で調節が難しいとすれば、残る方法は生産者からの入荷量そのものの調節である。しかし、一方に価格変動があり、他方にその価格変動の影響を生産者が個別的に引受けねばならぬかぎり、たとい系統機関の要請があっても出荷の計画化、出荷割当の実行は困難である。

多少ともその困難さをやわら



第5図 生体豚価 (3.75疋当) 別月数の頻度

(鳥取県一農家、昭和28~34年)

注. 『食肉通信』1960年8月29日号より作成。

げる方法は、各生産者が大規模となり、年間常時出荷しうる飼養規模をもつことである。そうすれば短期的な価格変動にそう神経質にならなくとも、ある程度の出荷の計画化がなされうる。『食肉通信』一九六〇年八月二十九日号紹介の鳥取県の一八〇頭肉豚経営の沼田氏の実績から作成すると、昭和二八年から三四年まで七年間にわたって出荷した豚の単価(生体三・七五疋当り)の大小による月の頻度は第5図のようになっている。同氏の経営において単価五〇〇円が採算点となるのでそれ以下を低値、五〇〇~六五〇円を中値、六五〇円以上を高値とする。すると過去七カ年八四カ月の間

に中値期は六六パーセントもしめている。高値期、低値期はそれぞれ一八パーセント、一六パーセントである。そこで沼田氏は、長い目で眺めると高騰も暴落もないとして、一八〇頭飼育すればどんな価格の波があっても大丈夫とにらんだ、といっている。

だがこのような飼養規模の拡大を、いま直ちに大部分の生産者に要望することは不可能である。そこで協同で処理したらどうか。現在、新潟県では、全県下にわたって三二カ所の養豚経済団地の造成をおこなっている。これは大量経済化の趣旨で、団地を単位として計画生産、経営改善、技術指導、出荷調整を計ろうとする。そして経済団地内で肉用素豚の自給を計り、そのためにそれぞれの経済団地内に養豚生産基地を設ける。一団地の規模は、基準としては年間肉豚出荷頭数四、五〇〇頭以上としている。その基準は、実はオート三輪車一台で生豚一五頭を積載するとして、一団地から年間三百日間出荷しうることを旨としてきめられた。このように団地の規模が、商品生産と商品流通の側面から打出されていることは興味ある。そこで一団地の規模は、農協単位をこえることはもちろん市町村単位よりも大きく、平均して一〇農協、二―三市町村を包含している。只今のところでは団地造成による協同化の程度はゆるい。さし当り指導面で効率化が計れる程度でなからうか。だが計画に

うたわれている出荷調整問題も、団地造成運動の進行とともに積極的に取上げられざるをえなくなると思われる。その時に周年安定的に計画出荷しうるために、価格の低い時に出荷した場合の不利を、相互に負担しあう仕組みを考える必要が生ずるのではないか。

たとえば最低価格保証はそのひとつである。相場が一定の価格より下った場合にそのマイナス部分を保障支払いするもので、その最低価格の水準を養豚採算点におく。その財源は実施主体との関係で多少変りうるが、その多くは最低価格以上に販売しえた場合の生産者からの一定歩合の醸出金にたよることになる。この最低価格保証制では肉豚生産の安定を期待しても、出荷の安定がどこまで期待しうるかに問題がある。

そこでいつそう適切な方法は販売プール制である。一カ年を適当な期間に分け、その期間内の出荷については、経済団地を単位として計算をプール化する。もちろん肉質差に基づく価格差は残す。出荷先の荷受機関からの入金はその都度なされるから、生産者への支払いも八、九割程度は仮払いし、残金清算のみを期末に行なえばよい。このプール計算は商品生産のすすんだみかんやりんごの大産地ではどこでも実施していることであって、肉豚だから不可能だ

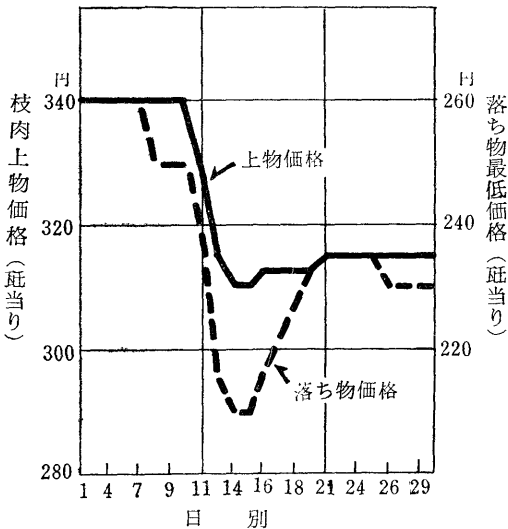
とする理由は見当らないようだ。ただ生産の場で肉豚生産がどの程度商品生産としてなされるかにむしる問題がある。

3 消費地市場のおくれ

枝肉センターの成否にとり、消費地の枝肉価格変動にいかに対処するかが問題である。そのためにセンターの運営をもふくめて生産地の側における対策についてふれた。ところが消費地の公表枝肉相場そのものにかなり非合理的なものがみられる。

消費地相場といっても、ここでは主たる出荷先であり、かつセンター取引相場の基準である東京芝浦枝肉相場について主としてのべる。まず、新聞に公表される相場がはたして東京芝浦市場の実情をあらわしているか、かなり疑問視されている。それは、ひとつは公表相場が一部の大卸売業者によって唱えられ、したがって、たといそれらの大業者の需給関係をしめしているとしても、芝浦市場全体の需給関係をしめしていないののではないかという問題である。いまひとつは、公表相場がその時々々の集荷戦術上の意図から故意に実勢を歪めて発表されているのではないかという点である。たとえば相場は弱気配だとしよう。それにもかかわらず今回は集荷量を確保したいとなれば、相場の実勢は二九〇円にもかかわらず三〇〇円として公表する。生産者は三〇〇円の予定で出荷しても、実際は二九〇円に切下げ

られ、とくに枝肉出荷のものは買叩きが激しい。また、たとい三〇〇円の公表相場で取引するとしても、落ち物の巾をひろげ、通常なら四分の一度度しか出ない落ち物が半分近くにもなるし、また落ち物の価格引下げ率も大きい。たとえば『日本経済新聞』で、市況報告では本日は荷もたれで弱気配とあっても、豚枝肉相場は前日と同じであり、その代り大貫、厚脂、小貫、がり物等のいわゆる落ち物の引値の巾が、前日は一三八〇円であったのが一三〇九〇円に下げられていることはよくみられる。



第6図 豚枝肉100kg当り上物価格と落ち物最低価格の日別変動 (東京芝浦市場, 昭和35年11月)

注. 『日本経済新聞』.

第6図は豚上物の公表相場と、その落ち物の最低価格（公表相場から落ち物の引値の最大を引いたもの）とを比較してしめした。通常の八〇円の較差なら、本図では両価格線は一致してしめされるのに、較差の変動がかなりはげしくあらわれている点に注目されたい。

芝浦市場の公表価格が需給の実勢をしめさない点については、前にのべたごとく、センターでは実勢価格にリンクさせた新津建値をとることによって一応の解決を計った。いまひとつの問題は、実勢価格の変動がはげしく、しかも弱気配の際に地方から出荷された枝肉の買叩きがはげしいことである。それに関連して、指摘しておきたいのは、消費地とくに東京芝浦市場の不備ないしはおくれによる枝肉受入体制の不備が系統組織による枝肉出荷を阻止している面のあることである。すでにふれたのでくり返さない。いまひとつは、これも前にふれたが、芝浦の卸売業者は、一般に産地で屠殺、解体したいいわゆる「地方もの」を、芝浦屠場の懸肉室取引きから除外している。衛生上の理由からだとしているが、それよりはむしろ、生体取引のうまみを維持したいからであろう。そこで芝浦市場で「地方もの」の枝肉荷受をする卸売業者はごく限られた数しかない。したがって荷受量もかなり限定されざるをえない。センターから加工会社へも

かなりの量を直接出荷しているが、それにしても加工原料の手当の時期をはずれたり、センター入荷量が増加すると荷捌きもたつことになる。各地の枝肉卸売市場にも出荷しているものの、鉄道輸送の都合で一車一五〇頭分を入荷すると、あまり大きくない消費都市では卸売市場相場が低下する。もともと近くかつもともと消費量の大きい東京市場で、中央卸売市場法に基づく枝肉卸売市場の開設が望まれるわけである。枝肉センターが全国の主要産地に設置され、産地からの出荷が枝肉でおこなわれれば、芝浦市場の荷受機関は否応なしに枝肉で荷受けせねばならなくなる。そうでないと集荷できなくなるからである。そうなれば、芝浦市場は屠場のない、あるいは屠場規模が現在より大巾に縮小した枝肉市場として再編成されることも考えられる。

新津枝肉センターは生産者ならびに消費者の利益擁護のために発足した。肉畜および食肉流通過程の合理化により、中間商人の高いマージンの是正および技術的改善によるロスの減少を通じてそれが計られ、公社組織をとって推進された。枝肉センターの成長にともない、産地市場体制の変化、従来の垂直的な系列組織から横断的市場の形成など、消費地市場をもふくめた流通過程に新しい波紋が生じつつある。しかしセンターの集

荷量は予定を下廻り、また生産者段階における枝肉取引の程度は低い。創設後一カ年の短期間では無理からぬこともある。こんごの発展のためには、生産の場で生産者を自立させ、商品生産、商品流通として畜産を考え、生産者を組織することである。同時に消費地側、とくに東京芝浦市場において、全販をふくめた荷受機関の枝肉荷受態勢の整備、中央卸売市場法に基づく枝肉卸売市場の設置を必要とする。そしてセンターとしては、これらの対策をもふくめて、価格変動にいかに対処するかが問題である。