



Title	家畜市場の動向と家畜商に関する一考察：北海道における肉牛産地流通を中心にして
Author(s)	長澤, 真史
Citation	北海道大学農経論叢, 39, 81-99
Issue Date	1983-02
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/10973
Type	bulletin (article)
File Information	39_p81-99.pdf



[Instructions for use](#)

家畜市場の動向と家畜商に関する一考察

—北海道における肉牛産地流通を中心にして—

長 澤 真 史

目 次

I. はじめに	81
II. 北海道における家畜市場の動向	83
1. 北海道における家畜市場の諸特徴	83
2. 地域別市場動向	87
III. 家畜市場における家畜商の位置	90
1. 最近における家畜商の動向	90
2. 白老家畜市場における買参人別取引の実態	95
IV. むすび	98

I. はじめに

本稿の課題は、最近の北海道における家畜市場の動向を特徴づけ、さらに家畜流通に少なからぬ影響力をもつ家畜商の家畜市場における位置を検討し、肉牛産地流通の一端を明らかにすることである。

畜産物流通は、生体流通段階と食肉（枝肉・部分肉）流通段階に区分されるが、これまでの研究において後者については食肉卸売市場の機能分析やいわゆる食肉インテグレーションの実態分析などを通じてかなりの研究蓄積がある¹⁾。しかし、生体流通、なかでも家畜市場を対象にした研究はきわめて少なく、最近では皆無といってよい²⁾。家畜市場の全国的統計として農林省

-
- 1) 論文名は挙げないが、高橋伊一郎、吉田忠、宮崎宏、宮田育郎の諸氏の著書、論文を参照されたい。
 - 2) 家畜市場そのものを分析対象としたものは、1970年代前半まではいくつかあるが、最近ではみあたらない。ただ、その中で家畜市場の子牛価格の形成および変動要因を分析したものに次の論文がある。門間敏幸稿「肉用牛の生産構造と価格形成」東北農試研究報告第66号、昭57。同稿「和牛子牛価格変動と市場価格形成に関する実証的分析」東京農大【農村研究】第53号、昭56。田中洋介「子牛価格の動向と価格変動要因」九州農試農経研究資料第9号、昭54。

『肉畜流通統計』が昭和42年から49年にかけての期間しか公表されていないという統計資料の未整備、家畜取引をめぐる実態が複雑でその把握さえ著しく困難であるという事情を反映しているのだろう。

今日、肉牛生産振興が俎上にのぼっているが、肉牛産地の形成、存立条件にとって価格とそれが具体的に形成される家畜市場の問題はますます重要になっている。従って、家畜市場の検討は実態把握によって空白をうめる作業とともに早急に果さねばならない課題といえよう。

以下、限られた統計資料をもとに家畜市場の動向の検討を通じて実態にアプローチするが³⁾、地域的には北海道に、畜種としては肉牛に対象を限定することと関わって次のことに留意したい。

第1は、北海道における肉牛生産の特質に関連する点である。周知のようにわが国の肉牛生産は九州、東北、北海道という地域に分化する傾向をみせてきたが、北海道はそうした地域分化のひとつの集中点に位置づけられること、その内容はわが国最大の酪農地帯を背景に乳用種肉牛を主体にしつつ、和牛をはじめとする肉専用種も着実な伸びを示し、いわば新興産地として特徴づけられる。また、肉牛経営の性格が府県の如く役利用段階を経ることなく、当初より現金収入部門としての位置が与えられていたこと、あるいはその条件が十分でないにしろ商品生産的性格をもっていた点もあげられる⁴⁾。

第2にそうした肉牛生産の性格を反映して、流通において府県のような旧慣に基づく古い諸関係が残存せず、むしろ今日の畜産物流通の新たな動向を最も特徴的に示している地域として位置付けられる。すなわち、近年食肉センターと称される大型食肉処理施設の整備が進み、それに伴って部分肉仕向割合が8割にも及び、全国的にも部分肉流通が最も進んだ地域として位置付けられる。

- 3) 家畜市場の研究史的整理は、既存の畜産物市場研究の「課題と視角」の検討とともに別稿を準備している。従って、本稿では家畜市場の実態を提示することにねらいがある。
- 4) 北海道の肉牛生産については拙稿「肉用牛」湯沢誠・三島徳三編著『農畜産物市場の統計的分析』農林統計協会、昭57、参照。

II. 北海道における家畜市場の動向

1. 北海道における家畜市場の諸特徴

一般に家畜市場は所在地域、出場地域の範囲、取扱う家畜の種類などによって、産地家畜市場、集散地家畜市場、消費地家畜市場の3つに区分される。産地家畜市場は、子畜の生産地に位置し、主に子畜の取引が行なわれ集出荷範囲も狭い。従って、先の3つの市場の中で最も数が多く、零細市場として存在している。もっとも昭和35年より実施されている「家畜市場再編整備事業」によって多数の零細市場が整備統合され、大規模市場の形成が進められてきた⁵⁾。この「家畜市場再編整備事業」は「家畜取引法」(31年制定)に基づき、国の助成によって35年から39年度まで第一次、40年度から43年度まで第二次、47年度から52年度まで第三次、さらに53年度から5ヶ年計画で第四次整備事業が実施され、この結果、35年度から55年度にかけて152市場が整備され、廃場は492市場にのぼる。

集散地家畜市場は、子畜、成畜の生産地域に配置され、産地家畜市場よりも集出荷範囲は広域化し、市場規模も大きい。かつて盛況を呈していた広島県の尾道家畜市場のように、主に家畜商の手によって、周辺の産地家畜市場を経由して集荷され出荷は全国に及び広域市場圏において集散機能を果していた⁶⁾。

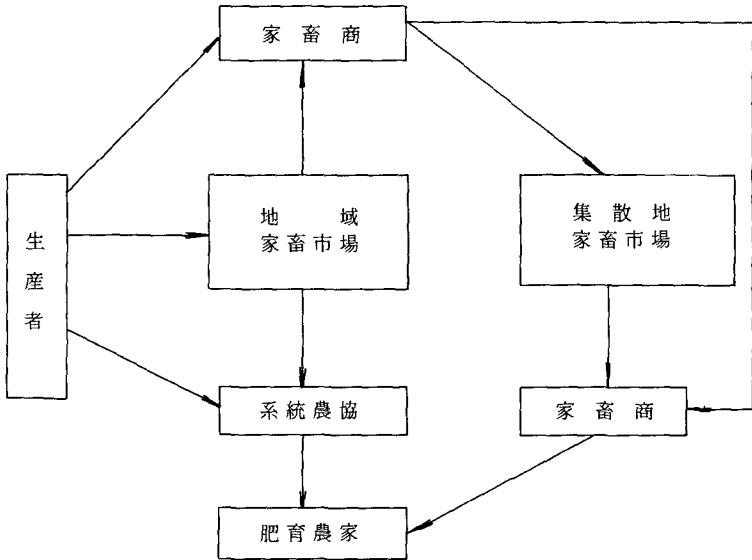
消費地家畜市場は消費地と畜場の近隣に位置する生体市場が分離独立した市場であり、肉牛流通に限られて京都、大阪などに存在する。しかし、最近では産地食肉センターなどの設置による産地と畜の増加と消費地における食肉卸売市場の開設による枝肉・部分肉流通の進展により消費地家畜市場は衰退傾向にある⁷⁾。

- 5) 「家畜市場再編整備事業」による近年の家畜市場の変貌の過程は三島徳三稿「家畜市場の基本的動向」『農業経済研究』第45巻第3号、昭45に詳しい。また、岡山県における「家畜市場再編整備事業」をとりあげたものに薬師寺光明稿「家畜市場の整備統合と、それにとまなう市場取引の諸問題」『畜産の研究』第29巻第11号、昭50がある。
- 6) かつて全国最大の集散地家畜市場であった尾道家畜市場については小野茂樹稿「和牛流通の組織と流通費」『広島大学水畜産学部紀要』第8巻第1号、昭44年に詳しく述べられている。
- 7) 以上の3つの家畜市場については食肉通信社『日本食肉年鑑』1982年版、150～151頁による。

家畜市場は「地域性、個性性が強く⁸⁾」、全国動向を一様に論じることはできないが、一般的には産地家畜市場→集散地家畜市場→消費地家畜市場という流れで肉牛流通機構が形成されてきた。なお、全国的な家畜市場数の推移をみれば、戦後のピークをなす36年の1,477市場から55年の482市場へとおよそ3分の1に激減して今日に至っている。

こうした全国的動向に対して、次に北海道における家畜市場の動向を特徴づければ、次の諸点が指摘できる。

第1は、北海道の場合、地域家畜市場と集散地家畜市場に区分されるが、その関係は一般的な生産者→地域家畜市場→集散地家畜市場とは異なり、図



図一 肉牛流通と家畜市場

注 北海道畜産物価格安定基金協会「北海道における肉用子牛の指定家畜市場取引成績」第V報の図を参考に作成。

8) 三島徳三前掲論文 142頁。

1で示したように①生産者→地域家畜市場、②生産者→家畜商→集散地家畜市場という形で、それぞれ独自の市場圏を形成していることである。

第2は、地域家畜市場と集散地家畜市場はそれぞれ開設団体を異にするということである。すなわち、地域家畜市場とは系統農協などの生産者団体の開設する市場をさし、集散地家畜市場は各支庁ごとに家畜商で組織される家畜商業協同組合（以下、家畜商協と略す）が開設する家畜商間の取引市場をさす。

第3に北海道における家畜市場数の推移をみよう。戦後の家畜市場は31年の「家畜取引法」を法制的起点とするが⁹⁾、これ以降の家畜市場数の推移を示したのが表1である。市場総数では32年の120市場から56年の35市場へと大きく減少し、とくに40年代半ばに廃場が多くなっている。なかでも地域家畜市場は同期間に118市場から26市場へと激減しており、これに対して集散地家畜市場は2市場から9市場に増加している。市場総数の減少はもっぱら地域家畜市場の減少によるものである。なお、先述した全国的に実施されている「家畜市場再編整備事業」は、北海道においてはいくどか検討されてきたが実施されるに至っていない。これは、開設団体の異なる市場をいきおい整備統合することが困難であること、さらに北海道においては家畜飼養の変動に対してそれなりに市場配置が対応してきたこと、つまり家畜飼養が減退すれば、その地域を基盤に開設される家畜市場が自然に廃場となるケースが多いという事情によると考えられる¹⁰⁾。

表1 家畜市場数の推移

	計	地域	集散地
昭32	120	118	2
43	106	100	6
46	53	46	7
48	41	34	7
49	40	34	6
50	45	38	7
51	31	24	7
52	32	25	7
53	32	25	7
54	40	32	8
55	33	24	9
56	35	26	9

注1. 北海道農務部畜産課資料等より作成。

2. 休場市場は含まない。

9) 家畜市場政策については三島徳三前掲論文および宮坂悟朗稿「家畜市場の形成と再編・近代化」農林省畜産局編『畜産発達史』別篇、昭42、参照。

10) これは地域家畜市場に多くみられ、この場合、市場開催日だけが市場の機能を果し、一定の場所さえ確保されれば市場開催が可能であることから、廃場も比較的容易に進むのである。

表2 家畜市場における畜種別取引頭数の推移 (頭, %)

		昭 48	49	50	51	52	53	54	55
取引頭数	乳牛	54,680	51,856	83,948	73,836	76,196	76,543	79,000	84,977
	肉牛	103,872	97,256	105,758	106,162	113,413	123,603	114,939	124,153
	馬	8,869	8,186	10,083	6,997	8,275	6,825	6,102	5,155
	その他	23,358	38,773	32,963	31,371	43,428	48,269	51,022	45,156
地域シェア	乳牛	20.0	20.0	20.6	22.6	21.2	18.6	32.9	20.4
	肉牛	25.5	24.1	26.7	27.4	26.9	27.7	28.1	26.9
	馬	60.2	65.7	66.2	91.9	68.0	72.0	73.3	70.8
	その他	98.5	99.4	99.3	99.9	98.8	99.4	99.7	99.7

- 注1. 北海道農務部畜産課「家畜市場取引成績報告」より。
 2. その他は子豚, めん羊, 山羊だが, 子豚が大部分である。
 肉牛は乳用種と肉専用種が含まれる。

第4に家畜市場における取引頭数の推移を表2によってみておこう。現在、家畜市場で取引される畜種は乳牛、肉牛（乳用種と肉専用種）、馬、子豚、それに数はきわめて少ないがめん羊、山羊である。それらの48年以降の推移をみれば、乳牛は5万頭台から7～8万頭台、肉牛10～12万頭、馬は8千頭台から5千頭台に減少をたどっている。また、その他の項目で大部分を占める子豚は2万頭台から4～5万頭台へと増加傾向にある。さらに、地域・集散地別でみれば、乳牛の80%、肉牛の70%が集散地家畜市場で取引され、他方、馬の70%、子豚のほぼ100%が地域家畜市場で取引されている。

このように、かつては馬と乳廃牛を主体としていたが¹¹⁾、近年は肉牛ないし乳牛の取引の場という性格をつよめ、さらに生産者団体の開設する地域家畜市場と家畜商協の開設する集散地家畜市場では取引される家畜種類の重点が異なるという特徴をもっている。

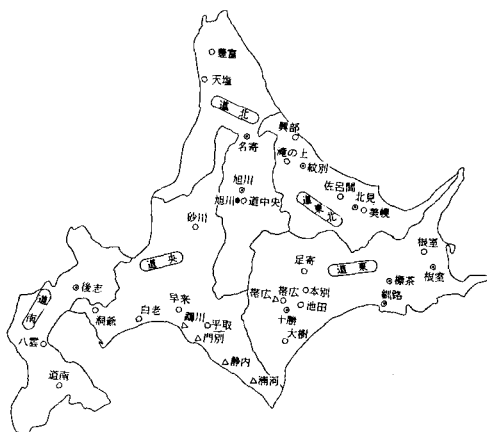
ところで、それぞれの畜種の流通における家畜市場の位置、つまり出回り総頭数に占める市場取引割合の問題がある。この点は数量的に正確に把握しうる統計資料がなく十分なし得ないが、おおよその推定をすれば、乳牛、馬、子豚についての市場取引割合は低く、肉牛、なかでも乳用種肉牛は4割、和

11) 北海道における主要な家畜取引地である十勝地方の30年代半ばから後半にかけての馬市場の実態は三田保正稿「肉畜の産地流通と家畜市場の変貌」【北海道農林研究】第25号, 昭39で、詳しく分析されている。

子牛は6割強といわれている¹²⁾。従って、肉牛流通において家畜市場は重要な位置を占めている。この点は、和牛については特有な個体差の存在もあってセリによる市場取引が現状において適合的であること、また北海道の肉牛は乳用種肉牛も含めて府県への素牛供給の性格をもっているが、府県の素牛需要に対応して一定の場所に取引を集中させてきたという事情が指摘できよう。

2. 地域別市場動向

図2は、全道を支庁単位で5地域に区分して家畜市場配置をみたものである¹³⁾。



図一 北海道における家畜市場配置図

注1. 北海道農務部畜産課資料より。

2. 昭和56年実績であり、休場市場は含まない。

3. ○ 地域家畜市場 ◎ 集散地家畜市場 ● 豚市場

△ 軽種馬市場を示す。

12) 米内山昭和氏は、46年時点の和子牛の家畜市場出場率が63.8%と推定されている。「北海道における和牛子牛市場の編成と子牛の価格形成に関する調査研究」、滝川畜試研究報告第12号、昭49による。

なお、参考までに馬市場をみれば、軽種馬市場における生産頭数に対する売却率はサラ系5.3%、アラ系27.3%であり、産駒取引においては庭先取引が圧倒的に多いとされている(進藤賢一、岩崎 徹稿「産駒取引の実態と問題点」札幌大学『経済と経営』第10巻第3号、昭55)。

13) 米内山昭和ほか前掲論文では、北海道の地域家畜市場における和牛子牛の市場圏について、道南中央(大野町)、白老(白老町)、北海道中央(旭川市、砂川市)、大楽毛(釧路市)、美幌(美幌町)の5地域から編成されているとしている。

これによれば、道東、道東北の地域に市場数が多く、さらにこれに道北を加えた3地域に家畜商協の開設する集散地家畜市場がほぼ集中していること、一方、道南と道央は生産者団体の開設する地域家畜市場を主体とした市場配置となっていることがよみとれる¹⁴⁾。

なお、開設団体からみれば、道東の釧路における新たな家畜市場の出現も指摘しなければならない。それは52年に釧路において家畜商協と生産者団体である釧路生産連とが、共同出資で釧路家畜市場株式会社を設立し、これが市場開設を行ない道内にはこれまでみられなかった市場開設が実現したことである。先に、北海道においては「家畜市場再編整備事業」は実施されておらず、それは開設団体の異なる市場の統廃合が困難であることによると述べたが、現実に家畜商協と生産者団体との「協調」による市場が出現したのである。こうした釧路の事例が特殊なケースなのか、あるいは今後の市場再編の方向として広がりを見せ一般化していくのか、現在のところ判断しえないが、いずれにしろ注目すべき事例である¹⁵⁾。

また、取引される畜種について、軽種馬の生産地である日高地方に軽種馬専門市場が開設され、旭川には豚市場が開設されている。前者は軽種馬農協、後者は養豚農協というようにホクレン、生産連（上川、十勝、釧路、根室）のほか地域家畜市場において専門農協による市場開設も行なわれている。これら以外の家畜市場では数種類の家畜が取引されているいわば混合市場である。

次に、こうした市場配置にさらに取引頭数を加えた地域別市場動向を表3によってみることにする。まず、乳牛と乳用種肉牛は道東と道東北における集散地家畜市場のシェアが8割と圧倒的に高いこと、これに対して和牛は道南と道央に位置する地域家畜市場が8割を占めている。肉牛のその他は地域家畜市場が6割、集散地家畜市場が4割を占め、ほぼ各地域に散在しており、

14) 道南に位置する後志家畜商協開設の後志集散地家畜市場（蛇田郡ニセコ町）は55年より開設されたが、取引総金額は1億円未満であり、他の集散地家畜市場にくらべてその規模ははるかに小さいものである。

15) 家畜市場に関係する行政担当者は、釧路の例は稀なケースであり、同一地域に地域家畜市場と集散地家畜市場が併存している他地域において釧路のようにはいかないだろう、という見方をしている。

家畜市場の動向と家畜商に関する一考察

表3 地域別取引頭数(昭和53年)

(単位:頭, %)

	乳 牛	肉 牛			子 豚
		乳用種肉牛	和 牛	そ の 他	
	取引頭数	取引頭数	取引頭数	取引頭数	取引頭数
道 南	1,135(1.5)	1,049(0.9)	1,452(12.3)	27(4.1)	49(0.1)
地 域	1,135(1.5)	1,049(0.9)	1,452(12.3)	27(4.1)	49(0.1)
集 散 地					
道 央	5,235(7.0)	14,203(13.0)	5,425(45.9)	177(27.0)	
地 域	5,235(7.0)	14,203(13.0)	5,425(45.9)	177(27.0)	
集 散 地					
道 北	8,322(11.1)	8,299(7.6)	1,180(10.0)	169(25.7)	38,944(82.0)
地 域	7,116(9.5)	8,299(7.6)	1,180(10.0)	169(25.7)	38,944(82.0)
集 散 地	1,206(1.6)				
道 東	35,773(47.7)	61,409(56.0)	3,445(29.2)	205(31.2)	
地 域	203(0.3)	744(0.7)	1,332(11.3)	2(0.3)	
集 散 地	35,570(47.4)	60,665(55.3)	2,113(17.6)	203(30.9)	
道 東 北	24,551(32.7)	24,645(22.5)	309(2.9)	79(12.0)	8,541(17.9)
地 域	28(0.0)	124(0.1)			8,541(17.9)
集 散 地	24,523(32.7)	24,521(22.4)	309(2.6)	79(12.0)	
総 計	74,964(100.0)	109,605(100.0)	11,811(100.0)	657(100.0)	47,854(100.0)
地 域	13,735(18.3)	24,419(22.3)	9,389(79.5)	375(57.1)	47,584(100.0)
集 散 地	61,229(81.7)	85,186(77.7)	2,422(20.5)	282(42.9)	

注1. 北海道農産部畜産課「家畜市場取引成績報告」より作成。

2. 地域区分は支庁別に行い、次のとおりである。道南：渡島，桧山，後志，道央：石狩，空知，胆振，日高，道北：上川，留萌，宗谷，道東：十勝，釧路，根室，道東北：網走。
3. 肉用牛のその他は洋種とf1である。

また子豚は道北の旭川市場に8割が集中している。

さらに、表4によって取引金額別家畜市場数をみれば、乳牛と乳用種肉牛の取引の多い集散地家畜市場のほうが地域家畜市場にくらべて取引規模が大きく、とくに取引金額15億円以上の大規模7市場のうち5市場を集散地家畜市場が占めている。年々、取引単価の上昇もあって1市場当たりの取引金額は増大傾向にあるが、その中でも集散地家畜市場と地域家畜市場との間、さ

表-4 取引金額別家畜市場数の推移

		~1,000 万円	1,000~ 5,000	5,000~ 1億	1億~ 3億	3億~ 10億	10億~ 15億	15億 円 上	計
昭49	地 域	12	6	4	5	5	2		34
	集散地				1	1	2	2	6
	計	12	6	4	6	6	4	2	40
50	地 域	9	8	5	7	7		2	38
	集散地					2	1	4	7
	計	9	8	5	7	9	1	6	45
51	地 域		6	2	6	7	1	2	24
	集散地				1	1	1	4	7
	計		6	2	7	8	2	6	31
52	地 域	1	4	5	6	6	1	2	25
	集散地					2	1	5	7
	計	1	4	5	6	8	2	7	32
53	地 域		6	3	6	7	1	2	25
	集散地				1	1		5	7
	計		6	3	7	8	1	7	32

注 北海道農務部畜産課「家畜市場取引成績報告」より作成。

らに地域家畜市場間における市場間格差の存在を示している¹⁶⁾。

こうして地域家畜市場と集散地家畜市場は位置する地域の家畜飼養動向を反映しつつ、取扱う畜種、所在地域、取引規模からみて、産地の生体流通においてそれぞれ独自の位置と機能をもっているのである。そして、そこで注目すべきことは市場開設を行なう家畜商協と家畜商の動きである。

Ⅲ. 家畜市場における家畜商の位置

1. 最近における家畜商の動向

戦前から戦後まもなくにかけての家畜取引・市場政策の展開は、家畜商の

16) 56年度の家畜市場別取引金額をみれば、9つの集散地家畜市場のうち7市場が10億円以上であり、地域家畜市場の場合は21市場のうち15市場が5億円未満、1億円未満の市場も8市場ある。50億円以上の大規模市場は、十勝、北見の集散地家畜市場と北海道ホルスタイン農協の早来市場の3市場である。

取締りの歴史であった¹⁷⁾。戦後の「家畜商法」は昭和24年に制定され、①知事主催の講習会に出席し知事の出す免許を受けたものでなければ家畜取引の営業が行なえないこと、②一定額の営業保証金を供託すること、③家畜取引に関する帳簿を備え付けること、以上の3つの条件を満たせば、「誰れでも免許が受けられるという自由登録制¹⁸⁾」になったのである。

この制度のもとでの全国の家畜商数の推移をみたのが表5である。毎年、

表-5 家畜商数の推移(全国)

	講習会 受講者数	新免許	年末登 録者数	内 訳		
				個人	法人	使用人
昭40	2,895	2,129	56,094	48,848	678	6,568
45	2,826	1,969	57,088	50,431	484	6,173
50	2,731	2,070	58,856	53,009	512	5,335
51	2,727	2,153	57,424	53,830	440	5,154
52	2,686	1,735	60,252	54,867	442	4,943
53	2,396	1,668	60,694	55,293	447	4,954
54	2,661	1,842	61,294	55,963	365	4,966
55	2,301	1,792	62,022	56,778	386	4,838

注 中央畜産会「食肉便覧」昭和56年より。

2千～3千人の講習会受講者があり、この受講者のうち7～8割が新免許を取得している。年末登録者数は40年以降増加傾向をたどり、55年にかけての期間におよそ6千人の増加をみる。家畜商の内訳では個人が圧倒的に多く、法人、使用人はわずかながら減少傾向にある。

さらに、北海道における家畜商数の推移を表6でみれば、全国動向とほぼ同様に増加傾向をたどり、また個人が9割以上を占め、法人が45年以降増加し、使用人をもつ個人は微減、使用人は横パイで推移している。なお、北海道の支庁別にみた家畜商数を表7に示しておいた。みられるとおり、十勝、網走の道東地域が群を抜いて多く、次いで日高、上川、渡島の順となっている。そして、家畜商協開設の集散地家畜市場の位置する地域と家畜飼養が集中す

17) 家畜商対策の歴史の変遷については、菊地昌典「家畜商と農民」、栗原藤七郎編『日本畜産の経済構造』東洋経済新報社、昭37所収、宮坂悟朗「家畜商の実態とその取締りの歴史」『畜産の研究』第6巻第3号、昭27参照。

18) 三島徳三前掲論文 143頁。

表-6 家畜商数の推移(北海道)

	新免許	年末登録者数	内訳			
			個人	※個人	法人	使用人
昭40	272	4,374	3,971	—	28	375
45	251	4,926	4,511	—	17	418
52	312	6,571	5,995	200	22	354
53	228	6,665	6,088	202	22	353
54	235	6,850	6,274	194	24	358
55	393	7,179	6,573	188	29	339
56	150	7,137	6,617	180	29	341

注 北海道農務部畜産課資料より。

※は使用人をおく個人。

表-7 支庁別家畜商数の推移

	昭51	52	53	54	55	56
石狩	303	292	276	283	405	410
空知	389	387	371	371	351	334
上川	600	613	618	618	684	693
後志	271	265	278	278	307	310
檜山	150	161	166	166	171	185
渡島	487	509	515	515	520	527
胆振	267	268	274	274	283	285
日高	542	570	655	655	725	736
十勝	1,061	1,110	1,139	1,139	1,157	1,141
釧路	349	353	363	363	389	394
根室	330	356	374	374	410	424
網走	985	1,016	1,032	1,032	1,062	1,064
宗谷	148	150	145	145	147	150
留萌	165	170	168	168	179	183
計	6,047	6,217	6,374	6,492	6,790	6,826

注1. 北海道農務部畜産課資料より。

2. 使用人は含まない。

る地域において家畜商数は多くなっている。

このように家畜商数の推移では、増加傾向をたどってきているという特徴をもつが、さらに近年の畜産物流通総体の構造的変化のもとで、家畜商の性格も大きく変貌している点に留意する必要がある。最近の家畜商の動向に着目してその性格をみれば次の3つのタイプに区別できる¹⁹⁾。

第1は、家畜取引を主な営業とする専業家畜商である。基本的に食肉問屋や食肉加工資本などに系列化されず、自らの採算ベースを基準に取引を行なうもので、その数はきわめて少ない。

第2は、食肉問屋や食肉加工資本に系列化されたり、あるいは系統農協や生産者の購買委託を受けて取引を行なう、いわば集出荷下請人的性格をもつ、数の上で最も多い家畜商である。この場合、第1のタイプが「差益商人」であるのに対し、「手数料商人」と規定できる。

第3は、古くからの農家兼業家畜商とは区別され新しいタイプに属するが、地域の指導的な畜産農家が家畜商免許を取得し家畜取引に関与するケースである。この点、楠原憲一氏は鹿児島県での家畜商アンケート分析をもとに、家畜商自らが多頭飼育経営化しその生産技術を中心に家畜商の機能を強化し、家畜商としての経営の安定拡大をはかる動きと、一方多頭飼育農家の家畜商免許取得によって、地域での畜産農家のリーダー的役割と同時に家畜商的機能を高めていく動きについて指摘されている²⁰⁾。こうした動きが北海道においてもみられることは後述のとおりだが、「家畜商と一口にいても、その性格によって取扱規模、範囲、形態、機能等が大きく異なる²¹⁾」ことはいうまでもない。

なお、家畜商の実態を示す資料は皆無であり定かでない部分が多いが、北海道の家畜商において登録者数の中で実際の取引業務を行なっているのはおよそ半数、さらに家畜商で生計を立てている専業家畜商は1割程度と推定さ

19) 三田保正前掲論文では、家畜商を農家兼業家畜商、精肉兼業家畜商、専業家畜商の3つに分類し、30年代後半の十勝地方の家畜取引実態について詳細に分析されている。

20) 楠原憲一稿「肉牛の産地流通構造(-)」【農業総合研究】第31巻第3号、昭52。また「家畜商が単なる商人から生産のリーダー的役割を持った家畜商への転化という、家畜商自らの性格と機能の変化を伴いながら肉牛の産地流通構造を形づくっている」とも指摘されている。

21) 三田保正前掲論文 11頁。

れ、多くは食肉販売業や畜産農家などの兼業家畜商といわれている。

今一つ指摘しなければならないのは、市場開設を行なう家畜商協の動きである。31年の「家畜取引法」では「中小企業等協同組合法」に基づいて家畜商協にも市場開設権を与え、これを契機に全国的にも家畜商団体の市場開設が進められた²²⁾。

北海道においては、道東、道東北の酪農地帯を背景に家畜商協による集散地家畜市場の開設が進んできた。かつては庭先取引や馬市場において農耕馬や加工原料仕向けの馬を取扱う家畜商が主体をなしていたが、馬産の衰退によってしだいに牛の取引のウェイトが高まってきた。家畜商協の市場開設は、そうした家畜飼養の変化に対応し、和牛にくらべて取引規模のはるかに大きい乳牛ないし乳用種肉牛を取扱う形で進められてきたのである。

もとより、先の家畜商のタイプ区分でふれたように、30年代前半以降の本州大手食肉加工資本の相次ぐ道内進出²³⁾によって、加工原料肉としての馬や牛の集荷過程において家畜商が食肉加工資本の集荷下請人的性格をつよめてきたこと、さらに近年のホクレンをはじめとする系統農協の産地流通への進出と取扱いシェアの拡大、という家畜商の存立をめぐる諸条件の変化にも留意する必要がある。しかしいづれにしろ、食肉処理施設の整備と相俟って、肉需要向けの肉畜大量取引の場として家畜市場の役割が高まり、家畜商協の市場開設もそうした条件に支えられ、とりわけ乳用種肉牛と乳牛を主に取扱う集散地家畜市場を開設することによって自らの存立基盤を確保しているのである。

家畜市場の開設主体としての家畜商協の動きとともに、ホクレンなどの生産者団体の開設する和牛取引を主体とする地域家畜市場において、買参人として影響力をもっていることも見落せないだろう。表8は北海道における主要和牛市場の買参人別取引頭数の推移をみたものだが、70%から55%に低下しているものの過半数が家畜商によって買い取られ、とくに道外家畜商の占める割合が高い。もっとも、最近では道内の繁殖産地や肥育産地の形成、拡

22) 三島徳三前掲論文 145頁参照。

23) この点はさしあたり拙稿「食肉・食肉加工品」前掲『農畜産物市場の統計的分析』所収、参照。また、大手加工資本の道内進出当時の状況は三田保正前掲論文および同稿「食肉市場の変貌と農協の取引機能」【北海道農林研究】第30号、昭41に詳しい。

表-8 買参人別取引頭数の推移

(頭, %)

		昭 53	54	55	56
家畜産	道内	2,374 (30.9)	1,686 (24.7)	1,296 (18.8)	1,629 (22.0)
	道外	3,105 (40.5)	3,105 (45.5)	3,028 (44.0)	2,473 (33.3)
	小計	5,479 (71.4)	4,791 (70.2)	4,324 (62.8)	4,102 (55.3)
農協	道内	1,455 (19.0)	1,350 (19.8)	1,749 (25.4)	2,270 (30.6)
	道外	556 (7.2)	315 (4.6)	347 (5.0)	503 (6.8)
	小計	2,011 (26.2)	1,665 (24.4)	2,096 (30.4)	2,773 (37.4)
公 社		184 (2.4)	365 (5.4)	481 (6.8)	545 (7.3)
合 計		7,674 (100)	6,841 (100)	6,891 (100)	7,420 (100)
道	道内	4,013 (52.3)	3,401 (49.9)	3,045 (44.2)	4,444 (60.0)
	道外	3,661 (47.7)	3,420 (50.1)	3,375 (55.8)	2,976 (40.0)

- 注1. 北海道畜産物価安定定整金協会「北海道における肉用子牛の指定市場取引成績」より。
 2. 指定市場とは、中央（旭川市）、白老、平取、道南（大野町）、虻田（洞爺）の5市場をさす。市場取引総頭数に占める指定市場割合は約80%である。
 3. 子牛と2歳以上牛の合計の数字である。

大を反映して、道内農協と農業開設公社（これは主にめす牛購買）の購買頭数は増加傾向にある²⁴⁾。これらの点を和牛市場として道内最大の取引頭数をほこる白老家畜市場の事例をとりあげ、次に検討しよう。

2. 白老家畜市場における買参人別取引の実態

まず、白老家畜市場の概要からみる。白老家畜市場は昭和42年に胆振生産連からホクレン苫小牧支所に開設団体を移し、50年には現在地に新たな市場設備を完備して黒毛和種を主体とした和牛市場として成立している。最近の取引頭数の推移を表9でみれば、黒毛和種がほぼ100%を占め、また当初は8割以上が子牛であったが、しだいに成牛出荷が増大し子牛の割合は現在6割程度である。

この白老家畜市場は全道の家畜市場で取引される和牛の3割（推定）を占めているが、その出荷範囲は地元の白老町が最も多く、さらに胆振、上川、後志の各支庁に及び広域化してきた。それに応じて、市場開催は当初9～11月の秋市場のみから春市場開催もなされ、52年より周年化されている²⁵⁾。

24) 滝川畜試【肉用子牛（黒毛和種）の価格差形成要因と出荷対応に関する研究】参照。

25) 同上 2～3頁。

表-9 白老家畜市場における肉牛取引頭数の推移 (頭, %)

	昭48	49	50	51	52	53	54
総 数	893	851	747	2,191	2,244	2,761	2,398
内 子 牛	755	724	458	1,301	1,279	1,614	1,508
訳 2才以上	138	127	289	890	965	1,147	890
黒毛和種頭数	884	850	740	2,175	2,235	2,573	2,387
子牛割合	84.5	85.1	61.3	59.4	57.0	58.5	62.9
黒毛割合	99.0	99.9	99.1	99.8	99.6	99.7	99.5

注 道立畜川畜試「肉用子牛（黒毛和種）の価格差形成要因と出荷対応に関する研究より。

表-10 白老家畜市場における買参人別取引頭数 (頭, %)

		昭53	54	55	56
家畜商	道内	635 (23.0)	429 (18.5)	343 (12.7)	522 (17.4)
	道外	1,194 (43.2)	1,270 (54.7)	1,378 (51.1)	1,039 (34.7)
	小計	1,829 (66.2)	1,699 (73.2)	1,721 (63.8)	1,561 (52.1)
農協	道内	536 (19.4)	448 (19.3)	707 (26.2)	940 (31.4)
	道外	302 (11.0)	116 (5.0)	120 (4.4)	229 (7.6)
	小計	838 (30.4)	564 (24.3)	827 (30.6)	1,169 (39.0)
公 社		94 (3.4)	58 (2.5)	151 (5.6)	265 (8.9)
合 計		2,761 (100)	2,321 (100)	2,699 (100)	2,995 (100)
道内		1,265 (45.8)	935 (40.3)	1,201 (44.5)	1,727 (57.7)
道外		1,496 (54.2)	1,386 (59.7)	1,498 (55.5)	1,268 (42.3)

注 北海道畜産物価格安定基金協会「北海道における肉用子牛の指定家畜市場成績」より。

さて、白老家畜市場の最近の買参人別取引動向は表10のようになっている。この表では道外家畜商、道内農協、道内家畜商、道外農協の順となっているが、現地の市場関係者によれば、道内の家畜商や農協が道外実需者（家畜商と農協）の代行でセリに参加するケースもあり、従って、相当部分が道外出荷であり、その中でも道外家畜商の占める位置がきわめて高いのが実態である。そして、和牛市場における道内家畜商は府県家畜商の依頼を受けて買付けるタイプと、今一つ家畜商免許を取得した肉牛農家が含まれる。後者は自らの経営に肉牛を導入するためであるが、時には近隣の肉牛農家に委託されて買

付ける場合もある。こうした家畜商が今後の市場動向を左右するという位置を占めるまでにはもとより至っていないが、前述した如く、近年の家畜商の性格変化と関連して注目していいだろう。

道外家畜商について、府県別に示したのが表11である。東北46%、北陸関東32.8%と東日本の諸県で8割を占めているが、さらに古くから和牛産地である近畿、中国の地域にまで及んでいる。府県家畜商の買付けの大部分は肥育素牛であるが、全国的に和牛産地が衰退をたどる中で北海道が素牛供給の性格をもちつつ新興産地として伸びてきたこと、また北海道の素牛は豊富な草資源を活用して比較的肥育効率が良いこと、そして何よりも価格が低水準であること²⁶⁾、という事情が府県家畜商の道内和牛市場への積極的参入を促進しているのである²⁷⁾。

なお、道外家畜商の性格をみれば、府県の肥育農家に対して素牛導入から資金融通、出荷対応、さらに自ら肥育技術をもって技術指導にあたるなど、農家に密着し旧来の「私欲的な非近代的取引による農民、生産者への寄生収奪²⁸⁾」といったイメージとはほど遠く、むしろ個体差の大きい和牛取引だけに系統農

表-11 府県別買参人の買取頭数(頭, %)

		買参人数	買取頭数
東 北	秋田	4(1)	99(7.5)
	山形	3(1)	150(11.4)
	岩手	2	142(10.8)
	宮城	1(1)	90(6.9)
	青森	1	4(0.3)
北 陸	福島	1	120(9.1)
	小計	12(3)	605(46.0)
	栃木	3(1)	97(7.4)
	新潟	2	37(2.8)
関 東	金沢	1	14(1.1)
	茨城	1	24(1.8)
	群馬	1	170(12.9)
	千葉	1	88(6.7)
	長野	1	1(0.0)
	小計	10(1)	431(32.8)
	東 海	三重	4
奈良		1	3(0.2)
岐阜		1	9(0.7)
京都		1	124(9.5)
兵庫		-(1)	-()
中 国	小計	7(1)	194(14.8)
	広島	1	1,919(1.4)
中 国	島根	1	65(5.0)
	小計	2	84(6.4)
合 計		31(5)	1,314(100)

注1. 「白老家畜市場名簿」(昭和55年度)より作成。

2. 買参人数の()は、買参人名簿に掲載されているが、実際買付けていないものを示す。

3. 所在地不明の家畜商は含んでいない。

26) 北海道畜産物価格安定基金協会【北海道における肉用子牛の指定家畜市場取引成績】(昭57)によれば、北海道の黒毛和種は全国平均に対して体重はやや小さい程度であるが、生体単価は20~30%低水準であり、とくに兵庫県生の生体単価の北海道対指数は170にも及んでいる。

27) この点は白老家畜市場だけでなく、道内の和牛市場において、ほぼ共通してみられる傾向である。

28) 橋原憲一稿「家畜商の実態」前掲【畜産発達史】別篇、566頁。

協の出荷体制でカバーしえない部分を担当し、現状においてこうした家畜商の存立する社会経済的根拠も無視しえないだろう。

IV. むすび

これまでに述べてきたことを要約的にまとめてむすびとしたい。

北海道における家畜市場は地域家畜市場と集散地家畜市場に区分されるが、両市場は開設団体、所在地域、取引される畜種などからみてそれぞれ独自の市場圏を形成し、また家畜の生体流通において独自の位置と機能をもっている。

生産者団体の開設する地域家畜市場は戦後昭和20年代後半以降の和牛導入による和牛産地の形成を背景に40年代に入って和牛取引を主体とする市場として展開してきた。この和牛市場は府県への肥育素牛供給の性格をもちかつ府県家畜商依存の道外移出が主流をなしている。府県家畜商の道内和牛市場参入はすでに述べたとおりだが、加えて近年着手され始めてきたが北海道における肥育技術が未確立であること、それ故道内家畜商が和牛の肥育牛流通を担いえる技術の蓄積を乏しくさせ、ひいては和牛取引における道内家畜商の機能の発揮局面を制約しているのである。従って、家畜商免許を取得した肉牛農家の買付けを除いて、府県実需者の代行という位置しか与えられていないのである。

一方、家畜商協の開設する集散地家畜市場は地域家畜市場よりも早い時期に馬市場として成立していた。しかし、馬産の衰退によって馬から乳牛ないし乳用種肉牛の取引へと移行し、家畜商間の取引の場として大規模化してきた。ただし、注意すべきは乳用種肉牛といっても、40年代半ば以降クロープアップされた乳雄牛については規格化がより進んでいるため系統農協による取扱いシェアの拡大と定時大量集出荷体制の整備が進み、集散地家畜市場においては規格化された大量集出荷ベースにのることのできないバラツキの大きい老廃牛などの市場出荷が多いことである。つまり、系統農協の集出荷体制でカバーしえない部分を家畜商が担当しているといえよう。そこでは小規模頭数を取扱う多数の農家兼業などの零細家畜商によって集荷され、買参人は食肉加工資本や食肉業者とそれに系列化された家畜商で構成される。

このように肉牛産地流通における家畜市場において、家畜商は市場開設主

体として、あるいは買参人として無視しえない位置を占めている。もとより、家畜商の性格とその機能は多様であり、さまざまな存在(=対応)形態をもつ。なお、集散地家畜市場をめぐる取引を含め家畜商の「生態」にまで立ちいった実態把握は今後の課題とせざるをえない。ただ、現状において大きな役割を果している家畜商の性格自体は不変でありえないことはいうまでもない。とくに部分肉流通は乳用種肉牛を主体としているが、部分肉製造設備を備えた食肉処理施設の整備が進められているもとの、乳用種肉牛の集出荷競争も激化していくであろう。

総じて、食肉市場の全体動向とそこでの系統農協、食肉加工資本(食肉業者)、家畜商、この三者の肉牛集出荷をめぐる競争関係とその帰趨如何によって産地流通構造が形づくられ、また家畜市場の存立もそのことに規制されていくのである。