



Title	北海道における畜産副産物流通に関する一考察：札幌圏の取扱業者の実態調査をもとに
Author(s)	伊藤, 亮司; 柳, 京熙; 飯澤, 理一郎
Citation	北海道大学農経論叢, 57, 75-83
Issue Date	2001-03
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/11210
Type	bulletin (article)
File Information	57_p75-83.pdf



[Instructions for use](#)

北海道における畜産副物流通に関する一考察

—札幌圏の取扱業者の実態調査をもとに—

伊藤 亮 司・柳 京 熙・飯 澤 理 一 郎

A study of livestock by-product circulation in Hokkaido.

Ryoji ITO, Gyunghee YOU, Riichiro IIZAWA

SUMMARY

This paper presents the circulation of livestock by-products in Hokkaido, mainly around Sapporo. Hokkaido is famous for livestock. Many livestock are slaughtered on regular basis, resulting in a large amount of by-product. However, these products are not being properly marketed at present. We propose that animal by-products from Hokkaido should be marketed all over Japan. Recently, livestock by-products have begun to be used more frequently. However, the business of marketing the by-products remains small in scale. Due to the high cost of production, it is impossible for a small dealer to maintain a standard facility. Therefore, the government has an obligation to take action to develop marketing channels as well as promoting the consumption and utilization of currently unused by-product.

1. はじめに

本稿の課題は、畜産副生物、中でも内臓肉の流通実態の一端を、札幌圏を事例に明らかにすることである。

周知の通り、北海道はわが国を代表する肉畜生産地である。その際、どこでと畜・解体するかが問題となるが、乳用種牛・豚の場合、そのほとんどが北海道内で行われ、畜肉とともに膨大な畜産副生物が生産されている。畜産副生物は食用・食品加工原料用を始め、皮革・繊維製品、肥飼料、医薬品等の工業原料として幅広い用途を持ち（表1参照）、実に多種多様の産業と関連し、製品開発・マーケティング次第では更にその用途は広がる可能性を有している。コスト削減が叫ばれている折、副生物の有効利用を図れば、農家に幾ばくかでの稼得をもたらし、間接的に畜肉の生産費を下げていくことに貢献していこう。また、産業廃棄物を減じ、環境問題の緩和にも貢献していくものと考えられる。

翻って、と畜・解体を担う北海道内のと畜場や取扱業者を見れば、この間、再編整備が進んできたとはいえ、未だ群雄割拠の状態からは抜けきれず、十分な規模を持つにいたっていない。「O-157」食中毒問題などもあり、内臓肉の処理・流過程に対する社会的関心が高まり、1994年にはと畜場の衛生基準の厳格化¹⁾が図られた中で、如何にと畜場や取扱業者が衛生管理を徹底しえる規模水準に再編整備を遂げていくかが重要な課題になってきているのである²⁾。

如上の問題を考へて行く上で前提になるのが、北海道における畜産副生物の市場・流通構造の解明であることは言をまたないが、残念ながら、これまでの論考ではそれらに関してほとんど触れられていない。

そこで以下では、畜産副生物の市場・流通構造解明へ向けた第一次接近として、まず、北海道における畜産副生物、特に内臓肉の生産・消費及び取引きを概観し、次いで札幌圏の取扱業者からの聞き取り調査に基づきながら、内臓肉取引きの実

表1 畜産副産物の類型とその用途

種 型	用 途	部 位
1 血液	医療・食用・工業・農薬用	血液
2 骨	医療・食用・工業・農業・特殊用	骨
3 原皮	医療・食用・工業・農薬用	原皮
4 蹄角	工業・農業・特殊用	蹄角
5 内臓	医療材	肺臓・脾臓・脾臓・豚卵巣など
	食用	可食一類 (ホルモン類, レバー, 特殊高級品)
		食用油脂
		可食二類 (心臓, 脾臓, 気管)
		可食二類 (不可食内臓)
		枝肉副産物 (スジ, 腎臓, 小肉)
まれに内臓として食用	豚足	
食用	その他内臓	
豚足として食用	その他内臓	
加工品	その他内臓	
農薬用 (ミートミール)	その他内臓	
6 脂肪	食用・工業・農薬用	胃腸周囲脂肪・枝肉副産物
7 廃棄物	化成処理・農薬用・焼却処理	病畜屠体・検査不合格内臓・
		不可食内臓・豚耳・豚尾・オガ粉・
		ワラ・糞尿・未消化物・余剰汚泥

資料：北海道畜産公社資料より作成。

態の一端を解明し、最後に畜産副生物利用増進のために如何なる点に留意すべきかについて、私見を若干提示していくことにしたい。とはいえ、畜産副生物の取引きに関する諸統計は皆無と言って良い程無く、また業者調査に際しても「企業秘密」等の大きな壁が横たわり、結果、検討が素描的水準に止まらざるをえなかったことを予めお断りしておきたい。

2. 畜産副生物の生産・消費と取引きの概要

1) 畜産副生物の生産と消費

表2は北海道における肉畜生産の推移を示したものである。近年、と畜頭数は肉用牛、豚とも低下傾向を辿っているとはいえ、1998年で19万頭の牛、98万頭の豚がと畜されている。同表資料では地域別数値が与えられていないので、北海道農務部資料によって1995年のそれを若干補足しておこ

う。地域別でトップは道東の47万頭（豚換算、以下同じ）で、次いで道央の40万頭、十勝の38万頭、道北の26万頭、道南の25万頭の順となっている³⁾。道央・道南は豚中心（屠畜頭数の95%前後が豚）、十勝・道東は牛中心（25～45%強が牛）、道北は両者の中間（16%弱が牛）といえる。それらと畜から膨大な畜産副生物が生産されるわけであるが、生産量等の諸統計は残念ながら与えられていない。

表3、表4は北海道畜産公社⁴⁾の資料を基に1頭当たり副生物の生産量を算出したものである。それによれば、頭・尾・皮を除き、牛1頭で158kg、豚で18kgの副生物が生産されている。そのうち食用として利用されるのは主に可食一類で、牛で27%、豚で38%程度を占めるにしか過ぎない。可食二類は関西で食用に供される以外、ほとんど食用として利用されることはない。これら数値に北海道の年間と畜頭数を乗ずると、牛の副生物は

表2 北海道における肉畜生産の推移

単位：戸・頭

区 分		1993年	94	95	96	97	98
肉用牛	飼 養 戸 数	4,730	4,670	4,470	4,180	3,920	3,760
	飼 養 頭 数	397,300	415,900	430,400	418,800	412,300	414,900
	うち肉専用種	121,900	125,400	129,200	122,800	131,000	125,600
	うち乳用種	275,400	290,400	301,200	296,000	281,200	289,700
	と 畜 頭 数	233,727	240,701	225,949	199,295	191,658	190,308
豚	飼 養 戸 数	1,210	1,080	920	800	730	650
	飼 養 頭 数	613,600	605,300	582,400	548,500	543,900	542,000
	と 畜 頭 数	1,106,228	1,074,461	1,012,362	984,579	971,134	980,393

註：飼養戸数、飼養頭数は各年2月1日現在

資料：農林水産省「畜産統計」「食肉流通統計」より作成。

表3 牛副生物出来高 (1997年度)

部 位		数 量	割合 (%)	一頭当り (kg/頭)
血液		5,496	25.9	41.0
足		907	4.3	6.8
頭・尾 (個)		134,108	—	—
皮 (枚)		134,108	—	—
可食一類 赤もの	心臓	335	1.6	2.5
	肝臓	912	4.3	6.8
	横隔膜	630	3.0	4.7
	舌	308	1.5	2.3
可食一類 白もの	第一胃	1,207	5.7	9.0
	第二胃	174	0.8	1.3
	第三胃	429	2.0	3.2
	第四胃	188	0.9	1.4
	小腸	898	4.2	6.7
	大腸	348	1.6	2.6
	直腸	120	0.6	0.9
	直腸	53	0.3	0.4
	食道	40	0.2	0.3
可食二類	肺臓	442	2.1	3.3
	脾臓	241	1.1	1.8
	気管	67	0.3	0.5
枝肉	小肉	189	0.9	1.4
	脂肪	3,223	15.2	24.0
	スジ	134	0.6	1.0
	骨	4,802	22.6	35.8
	腎臓	65	0.3	0.5
合 計	21,208	100.0	158.1	
可食一類	計	5,642	26.6	42.1
可食二類	計	9,656	45.5	72.0

資料：北海道畜産公社資料より作成。

表4 豚副生物出来高 (1997年度)

部 位		数 量	割合 (%)	一頭当り (kg/頭)
血液		1,959	22.4	4.0
足		683	7.8	1.4
頭 (個)		490,504	—	—
皮 (枚)		490,504	—	—
可食一類 赤もの	心臓	196	2.2	0.4
	肝臓	785	9.0	1.6
	横隔膜	49	0.6	0.1
	舌	240	2.7	0.5
可食一類 白もの	胃	245	2.8	0.5
	小腸	834	9.5	1.7
	大腸	637	7.3	1.3
	直腸	147	1.7	0.3
	食道	29	0.3	0.1
	子宮	73	0.8	0.1
可食二類	肺臓	196	2.2	0.4
	脾臓	147	1.7	0.3
	気管	98	1.1	0.2
枝肉	小肉	37	0.4	0.1
	脂肪	2,396	27.4	4.9
	骨	8	0.1	0.0
合 計	8,758	100.0	17.9	
可食一類	計	3,288	37.5	6.7
可食二類	計	538	6.1	1.1

資料：北海道畜産公社資料より作成。

32,000トン+頭・尾・皮、豚のそれは18,000トン+頭・尾・皮となる。また、そのうち食用に供される部分は牛で10,000トン、豚で7,500トンほどと推算される。生産された副生物は、道南・道央地域では豚の内臓を中心に主に札幌圏へ、それ以外の地域では牛の内臓を中心に主に都府県に出荷されているとされる。

周知のように、北海道は「豚肉文化圏」と言われ、総務庁「家計調査年報」によれば、近年、牛肉消費が伸びているものの、未だ豚肉が食肉購入数量・金額の45%程度を占めている（全国平均では30%台）。こうしたこともあって、内臓肉消費も豚中心であるが、消費水準がそう高いとは評し難い。確かに、最近の焼肉ブーム等を反映して、札幌市内の焼肉・ホルモン料理店は1985年の260件から2000年の395件に増えているが、表5に見られるように他の政令指定都市に較べれば大きく下位に属している。また、われわれの小売店調査によれば、調査12店舗のうち、全店舗で販売していたのは豚直腸一点だけで、牛タン・豚レバーは9店舗、豚タンは6店舗、それ以外は過半にも大きく満たず⁵⁾、家庭内での消費もそれ程多いとは判断し難い。

こうして、北海道の畜産副生物、中でも内臓肉の消費市場の規模は、人口が少ないこともあって、関西地区や首都圏に較べて特段に小さく、多くを都府県移出に頼らざるをえないのである。また、非可食部分の有効利用が大きな課題となっていることはいうまでもない。

2) 畜産副生物取引きの概要

北海道における副生物の流通経路の概要を、内臓肉について示したのが図1である。まず生産者団体（ホクレン）や家畜商等の業者がと畜場⁶⁾にと畜委託を行い、と畜の際、副生物が生産される。副生物の所有権は委託したホクレン・業者にあり、一旦引き取った後、売買契約を結んだ副生物引取業者（内臓卸売業者等）に引き渡される。また、一部にと畜場が副生物を買い取り副生物引取業者に販売するケースも存在する。もちろん、物的には「と場渡し」、即ち副生物引取業者へのと畜場での引き渡ししが一般的となっていることはいうまでもない。副生物引取業者は、各種副生物をそれ

表5 政令指定都市における焼肉・

ホルモン料理店の件数			
都市名	件数	人口	一件当り人口
大阪市	1,118	2,478,692	2,217
広島市	382	1,105,212	2,893
名古屋市	682	2,101,627	3,082
福岡市	386	1,273,833	3,300
神戸市	397	1,454,121	3,663
東京都区部	1,892	7,893,213	4,172
京都市	333	1,395,805	4,192
北九州市	237	1,013,506	4,276
札幌市	395	1,795,914	4,547
川崎市	259	1,207,981	4,664
仙台市	198	975,580	4,927
横浜市	532	3,346,778	6,291

資料：NTTタウンページ(2000年～12月)及び全国市長会資料(H10.9.30現在)より作成。

それぞれの取引業者へ販売するが、道内では直接、食肉小売業者・焼肉屋などの外食産業へ販売する場合はほとんどで、一般に卸売業者を通じない。道外へは卸売業者(一次卸・二次卸)を通じるのが一般的となっている。多分に、先に触れた市場規模の大小に規定された流通ロット問題がその背景にあるものと推察される。

ところで、副生物引取業者は、江別市にあると畜場(畜産公社札幌事業所)を除くと、1と畜場1～3業者がほとんどで、独占的あるいは寡占的状态となっている。こうした背景に、副生物引取業者がと畜場内の副生物処理作業を無償で担い、その見返りとして副生物を引き取ってきたと言う歴史的・閉鎖的な関係があると言われ、ひとり北海道だけではなく全国的にも共通してきたものと言われる⁷⁾。しかし、最近、特に公社営のと畜場の場合、引取業者がと畜場内の副生物処理作業を担うも、作業料金の明確化と支払い化が進められ

ており、そうした関係も大きく弱体化してきたとされる。多くのと畜場では、新規参入メリットがなかったために少数制が温存され、畜産公社札幌事業所では大消費地札幌を抱え、鮮度の良い副生物、特に内臓肉に対する需要が高まってきたため、多数の業者が参入したものと考えられる。なお、獣皮取引では未だ4社で道内のほぼ100%を占め、しかもと畜場毎に1社独占状態になっている点をつけ加えておきたい。

3. 畜産副生物取扱業者の取引実態—札幌圏の業者を事例に

以上、北海道における畜産副生物の生産・消費及び取引を概観してきたが、以下、と畜場段階以降の副生物、特に内臓肉の取引実態を1と畜場、2副生物引取業者、1小売業者の実態調査に基づきながら検討していくことにしたい。

1) と畜場における副生物の取引—北海道畜産公社札幌事業所を事例に

図2は、北海道畜産公社札幌事業所における取引を、豚内臓肉について整理したものである。同事業所では年間13.4万頭の豚を受託と畜しているが、そのうちホクレンからの受託分は部分肉まで、その他業者からのものは枝肉まで加工している。その際、生産される内臓は、その他業者からの受託分は当該業者が引き取り、自ら販売するケースが多い。ホクレン分は副生物引取業者(内臓業者)に販売され、現在、同事業所には8社の主要引取業者が存在する。以前、丸善佐藤・ゼネラルフーズ、とくやまトリプリーの2社で引取量のほとんどを占め、他のと畜場と同様、独占的状态にあったが、札幌圏の消費が増大するにつれて、引き取りを希望する業者が増大し、順次、現在の

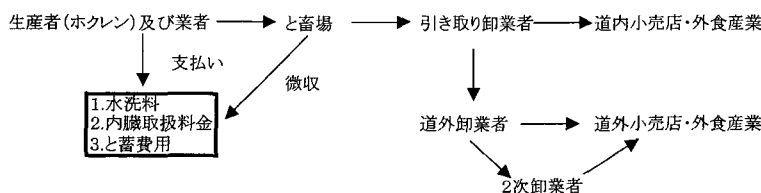


図1 北海道における内臓肉流通の概要
資料：聞き取り調査(2000年)より作成

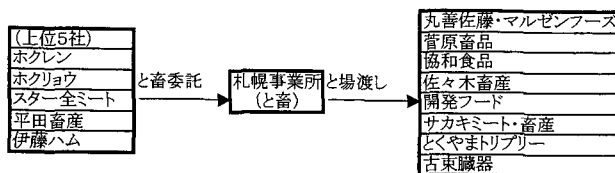


図2 北海道畜産公社札幌事務所における豚内臓肉の流通経路
資料：聞き取り調査（2000年）より作成

ような構成になってきた。そうした結果、取引きの透明性も高まり、引取業者は必要に応じて畜場から直接仕入れ、それらを直接小売店や外食産業へ販売しているのである⁸⁾。

さて、副生物はと畜場内で一次処理され、各部位毎に選別され、各取引業者に配分されている。同事業所では可食二類や不可食類、その他部位など利用されるケースの少ない部分を油脂製造用やペットフード・医薬品・食用エキス製造用として利用することを、日胆地区屠畜場、北海ケミカル、小西畜肉などの協力を得ながら試みている。また、血液や不可食内臓・骨など（1日約7トン。概ね260日営業であるから1,800トン弱）を、独自に発酵肥料「みのり一番」として製品化し、販売している。15kg当たり370円の単価とされ、と畜手数料以外の重要な事業運営収入となっているとされる。とは言え、可食二類や不可食類等の利用率が

それ程高いわけではないことは、北海道畜産公社のそれを示した表6に見られる通りで、牛・豚の整形脂肪を除けば50%以下で、牛頭、可食二類（牛気管）に至っては10%にも達していない。

2) 内臓業者の仕入れと販売—札幌市A社を事例に

A社は、札幌市に本拠を置く内臓肉の加工・卸売を専門に行っている業者であり、資本金は1,000万円である。道央地区では最も古くから営業している内臓専門卸売業者の一つで、1947年、食肉運送業及び内臓肉販売業を営む会社として設立されたのに始まる。その後、1961年には食肉運輸部門をT運輸(株)として、1971年には内臓肉販売部門をA社(有)として、食肉及び頭肉販売をMフーズ(株)として、順次分離独立会社化し、今日に至っている。今日の売上高は、A社23,000万円、Mフーズ40,000万円（頭肉で約50%）で、A社の従業員は、営業及び事務を主に担当する社員10名、加工・製造部門を担当するパート19名となっている。

A社の仕入先と畜場は、主に北海道畜産公社の札幌事業所・日胆事業所及び雪印食品(株)の道南食肉センター（森町）の3ヶ所である。仕入量は牛内臓肉70トン、豚内臓肉225トンで、仕入金額はそれぞれ4,100万円、8,700万円となっている。牛では「全量セット」（一頭全部）仕入れを行うが、豚では「全量セット」仕入れの割合は3割程度で、「白物セット」と呼ばれる腸類中心の部分仕入れが約7割を占めている。ただし、取引契約はほとんどの場合、セット価格での契約となっており、仕入単価は肥育牛で12,000円、経産牛で2,000円、豚で600円見当となっている。とは言え、A社が「全量セット」で引き取ってくるわけではなく、豚の「赤物」や牛の非可食部位は、実際には同業

表6 未利用副生物資源利用率（1997年度）

単位：トン、個、%

部 位	使用量	利用率
血液	1,798	24
豚足	154	23
牛頭	6,500	5
豚頭	69,000	14
可食二類(肺臓)	289	30
可食二類(牛気管)	5	7
不可食内臓	109	40
胃腸周囲脂肪(牛)	2,550	40
整形脂肪(牛)	2,288	71
整形脂肪(豚)	1,311	55
牛骨	1,374	29

註：不可食内臓のうち金額ベースで1,300万円のものを計上。

資料：北海道畜産公社資料より作成。

他社や内臓以外の副生物取扱業者が引き取っている。また、必要部位を必要量手配するために同業者間で連絡を密にし、相互に融通し合っているとされる。なお、A社は輸入物も取り扱っており、主にアメリカ産の豚直腸をほぼ恒常的に仕入れている。

A社の部分仕入れの際の単価を示したのが表7である。相互融通が比較的頻繁に行われていることからすれば、A社に限らず、と畜場からの手当て不足時の同業者の仕入れ価格と見てよい。去勢肥育牛では部位合計で14,000円になっており、「全量セット」仕入れ価格よりも若干高めとなっている。「全量セット」仕入れの場合、表示以外にも様々な部位が含まれ、重量的には可食一類だけでもおよそ1.6倍程（前掲表3参照）あることからすれば、相当割高と言える。豚では合計重量が一頭セットの場合とほぼ同水準となっており、単価は「全量セット」仕入れの600円に対し、個別仕入れでは約2,000円と格段に高くなっている。

次に販売先であるが、豚は札幌圏を中心に100%道内販売である。牛は過年東京出荷が多かったが、最近では90%が道内、10%程度が道外となっている。なお、生の状態で道外出荷する際、航空便を使用しているが、一頭分の販売金額は道外・生の場合2.5～3.0万円と道外・冷凍の1.8～2.0万円、道内・生の1.5万円を大きく引き離しており、十分に採算ベースに乗っているといわれる。販売金額は牛肉臓肉で7,500万円、豚内臓肉で14,500万円と粗利益率は40%程度となっている。

最近、仕入れ・製造コストの上昇と販売単価の低迷が顕著に進行しているといわれる。コスト上昇の大きな要因として、部位間の需給バランスの崩れがあげられ、高級部位への需要集中と低位部位の販売困難化が指摘されている。それは、低位部位の売れ残りの可能性を特段に高め、「全量セット」取引を困難化するとともに、特定部位のみの仕入れが可能な輸入品へ傾斜していく契機になる可能性を秘めていると見ることができよう。また、「O-157」事件以来、特にスーパーなどからの衛生管理に関する要請が特段に高まっており、スーパー等が別途定める衛生基準を満たしていないことを理由に取引中止に追い込まれることもままあるとされる。老朽化した諸設備を如何に改善していくか、A社の緊急かつ重要な課題といえる⁹⁾。

3) 畜産副生物全般取扱業者の仕入れと販売一札幌市B社を事例に

B社は、札幌市に本拠を置く畜産副生物全般を取扱う業者である。事業分野は食肉及び内臓肉等の加工・販売、原皮の加工・販売、油脂の製造、レングリング、毛皮・皮革製品の小売と幅広い。年間売上高は40～45億円にも達し、中でも原皮業者としては道内一の規模を持つ。販売額構成は食肉加工・販売（内臓肉を含む）で約60～70%、原皮加工・販売部門で20～25%、レングリング部門で10%、毛皮・皮革製品小売で5～10%を占めている。

表7 A社における部位別仕入れ価格

去勢肥育牛				豚			
部位	一頭当り重量 (kg)	単価 (円/kg)	一頭当り入札価格 (円)	部位	一頭当り重量 (kg)	単価 (円/kg)	一頭当り入札価格 (円)
心臓	2.0	200.0	400	心臓	0.3	600.0	150
舌	1.2	1,000.0	1,200	舌	0.3	600.0	150
肝臓	7.0	800.0	5,600	肝臓	1.3	200.0	260
サガリ	3.0	1,300.0	3,900	サガリ	0.2	400.0	80
直腸	1.0	1,000.0	1,000	直腸	0.2	700.0	140
大腸	1.0	400.0	400	大腸	0.8	300.0	240
小腸	5.0	200.0	1,000	小腸	1.3	50.0	65
センマイ	2.0	200.0	400	ガラ	0.8	250.0	188
ギヤラ	1.0	100.0	100	足	1本	80.0	320
頭	2.5	150.0	375	頭	2.0	200.0	400
合計	25.7	—	14,375	合計	7.1	—	1,993

資料：聞き取り調査（2000年）より作成。

ここでは畜産副生物が問題であるから、食肉の加工・販売を除く諸部門について見ていこう。

B社では、主に牛・豚を家畜市場や農家から生体で購入し、と畜場でと殺した後、解体処理し、その際発生する副生物を各種処理し販売している。可食部分の内臓肉は概ね食肉とともに出荷し、出荷先は80%が道内の卸売業者となっている。食肉部門を直営するローカルスーパーやラーメン店、近在の消費者などに直接販売もしているが、その量は20%程度と少ない。非可食部分の内蔵は一部食品製造業者や石鹸・タイヤメーカー等に販売しているが、大方は自社のレンダリング事業で使用している。また、骨は、豚骨を一部、ラーメン店やカルシウム機能食品製造メーカーに販売している以外、レンダリング事業で使用し、「ミートボーンミール」に加工して飼料メーカーに販売している。

また、原皮は、更に道内複数のと畜場から仕入れられる7,000~10,000枚/月の牛原皮、40,000枚/月の豚原皮を加え、加工の後、ターナーと呼ばれるなめし業者に販売している。この枚数は道内の屠畜頭数の牛で70~80%、豚で40~50%を占める多さである。仕入価格は、乳用種肥育牛で5,000~5,500円/頭、経産牛で2,500円/頭、和牛で2,000円/頭、豚で100~150円/頭程度となっている。販売先は、牛皮の70%程度が東京・関西を中心とした道外、30%程が海外、豚皮の全てが海外である。輸出相手先国は台湾が70%を占め、これに韓国、中国を加えると90%超を占める。その他タイ、シンガポールにも輸出しているが、その量は少ない。

皮革製品の「価格破壊」と皮革製品加工業の衰退が進む中で、輸出割合は急速に高まってきている¹⁰⁾。これらが皮革製品として、わが国に「逆輸入」され、わが国皮革製品加工業の衰退に拍車をかけ、引いては原皮業者の衰退を招き、原皮利用の後退を招来しかねないことは言うまでもない。それは、内臓肉等、他の部位の利用にも多大な影響を与える可能性も高いと考えられるのである。

4) 小売業者の内臓肉販売一小売店C社の事例

最後に、小売店における内臓肉の販売状況についてC社を事例に簡単に触れておこう。C社は

1923年創業の老舗食肉店で、現在親子三人の労働力で家族労作的な経営を営んでいる。年間販売高は2,500万円程で、うち食肉類が60%、食肉を使った調理・半調理の惣菜が40%となっている。食肉類のうち60%前後が豚肉で、鶏肉が25%、牛肉が15%、内臓肉は僅かに5~7%を占めるにしか過ぎない。ここにも、北海道が「豚肉文化圏」であること、内臓肉消費がそれ程旺盛でないことが刻印されている。

内臓肉販売のうち、最も多いのは豚内臓肉であり、全体の80%程を占める。内臓肉では通常、仕入れ値に25~40%のマージンに乗じて販売しており、牛レバーで300円(100g当販売価格)、豚レバーで80円、豚ホルモンの小腸で70円、大腸で90円、直腸で120円となっている。また、牛タンは和牛の皮むき舌元で350円、乳用種のそれで250円程度となっている。

内臓肉は可能な限り整形前のものを、北海道畜産公社札幌事業所の副生物引取業者から仕入れ、自家加工することで仕入れコストを引き下げ、スーパー等と価格面での対抗を図っている。整形物を仕入れた場合、例えば豚ホルモンでは上記価格の30%増しの価格で販売せざるをえない。また、牛タンも同様で、皮付きの一本物を仕入れた場合、上記価格の和牛で160円増し、乳用種で90円増し程度で販売しなければならないのである。なお、例えば輸入冷凍牛タンの場合、80円前後と国産物の1/3以下で仕入れが可能とされ、今後、価格競争が更に激化すれば輸入物へ加速度的に傾斜していく可能性も否定できないといわれる。事態は全国的に同一と考えられ、原皮同様、可食一類の道産畜産副生物も、販路が急速に狭隘化していく可能性も大いに高まっているのである。

4. おわりに

上来、これまでほとんど触れられてこなかった畜産副生物の生産・消費、及び取引実態を北海道、主として札幌圏における内臓肉取扱業者の調査に基づきながら検討してきた。

周知のように、北海道は一大畜産基地であり、と畜頭数も膨大に上り、多くの畜産副生物が生産されている。しかし、道内の市場規模は小さく、道央・道南で生産された豚内臓肉の多くが辛うじ

て札幌圏を始めた道内市場に向けられているものの、その他地域の牛内臓肉はほとんどが都府県に移出されている。また、最近、高位部位に需要が集中し、低位部位の販売が困難化していること、部位毎に購入出来る輸入内臓肉が出回り始め、道産物との競合関係を深めていることは見落とせない。更に、原皮も皮革製品加工業の衰退が進む中で、輸出割合を急速に高めてきているのである。その他未利用部位の利用方途開拓も北海道畜産公社を中心に始まっているが、未だ緒についたばかりと言える。

北海道の畜産副生物取引は、この間、内臓肉を中心とした需要の一定の拡大、「ほっかいどうミートプラン」に基づく屠畜場の再編整備が進められたこともあって、都府県に較べて旧来の閉鎖的關係は弱体化し、透明性が高くなっているといえる。また、必要部位を相互に融通するシステムが、札幌圏の内臓肉の事例でしかないが、業者間で形成されてきている点は、鮮度が重要で瞬時に流通させなければならないことを考えると見落とせない。しかし、「O-157」問題を契機に強化された衛生基準に見合う設備投資を独力でするには、公社営を除くと畜場はもちろん、各取扱業者の規模は、A社・C社は言うに及ばず、現今の原皮市場からすれば40億円超の売上高を誇るB社ですら決して充分と言うわけにはいかない。

冒頭に触れたように、畜産副生物の利用増進は、ひとり畜産農家のコスト削減に寄与するばかりではなく、今後ますます激化するであろう環境問題の緩和に寄与するところも大と考えられる。

利用増進を図る際、留意すべきは、まず第一に長距離輸送に耐ええる衛生条件の整った流通システムを確立することである。度々触れてきたように、北海道の畜産副生物、中でも内臓肉等の消費は生産量に較べて極めて小さく、販路の多くを都府県に求めなければならない。現状ではほとんど生・冷蔵輸送に耐えられず、輸入冷凍物との競合は言うに及ばず、都府県産地との競合上でも極めて不利な立場に置かれている。と畜場はもちろん流通各段階の衛生条件を特段に高め、生・冷蔵輸送を可能としていく必要がある。その際、中小規模業者が多いことに鑑み、適切な政策的バックアップが求められることは言うまでもない。

二つは、と畜場は農業行政の担当、それ以降は衛生行政の担当という分割を見直し、副生物の生産から消費まで一つの一貫性ある行政として再構築し、副生物取扱業者を育成していくことである。

三つは、不人気部位や未利用・低位利用部位の需要拡大策を本格的に展開することである。そのために、新たな調理法や料理、用途の開発は欠かせない。特に、不人気部位問題をそのまま放置しては、畜肉だけではなく、副生物すら輸入物に席卷される危険性がますます高まるからである。

注)

- 1) 泉谷真実「衛生規制強化と北海道におけると畜場の経営問題」『日本農業経済学会論文集』1999年、参照。
- 2) 北海道は1996年食肉生産・流通の合理化を目指した「ほっかいどうミートプラン」を策定している。そこでは当時23あった屠畜場を2000年には10～12に再編統合するとしている。
- 3) 北海道農務部畜産酪農課「北海道食肉流通合理化計画の策定に関わる基礎調査」1996年。なお、同調査では牛1頭＝豚4頭として豚に換算している。
- 4) 系統JA系列の第三セクターのと畜場運営会社で、道内8ヶ所のと畜場を運営する道内最大手である。全道と畜頭数の牛で70%、豚で50%程度を占める。
- 5) 2000年2月の札幌フードセンター・丸井プラザ・市民生協・JOY 西野店・ダイエー琴似店、フレッティ大丸、Big Off、フレック西野店、北海市場、ビッグハウス、ミートショップ吉谷、ミートショップ大久保の調査による。
- 6) 北海道内には畜産公社営、市町村営、民営の三種のと畜場があるが、公社営の施設は相対的に優良で、北見事業所では全国的に先駆けて「ドライ処理システム」が導入され、国際的にも第1級の衛生管理が可能となっている。また日胆事業所・上川事業所では未利用副生物の製品化施設もあり、油脂・レンジリング事業を中心として更なる有効利用が試みられており、可食二類や不可食部分など、以前ほとんど利用できず廃棄されてきた部分の再利用が行われている。公社営以外では、今でもそれらのほとんどが廃棄処分されているのが実態である。
- 7) 鎌田慧『ドキュメント屠場』岩波書店、1998年、参照。
- 8) 北海道畜産公社札幌事業所の引取業者からの聞き取りによれば、都府県では未だと畜場から直接仕入れ出来る業者は決まっており、それ以外の業者は二

北海道における畜産副物流通に関する一考察

次・三次の中間卸として機能し、流通は多段階的になっているとされる。

9) A社が、内蔵業者の利用できる設備投資資金の金融的バックアップ制度の必要性を力説していた点を

付記しておく。現在、そうしたものがないため、全て各業者の自己責任になっているとされる。

10) 5年程前まで牛皮の90%程度が国内向けであったと言われる。