



Title	韓牛産地における流通構造
Author(s)	申, 海植
Citation	農業経営研究, 15, 105-120
Issue Date	1989-02
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/36453
Type	departmental bulletin paper
File Information	15_105-120.pdf



韓牛産地における流通構造

申 海 植

1. 問題の所在
2. 家畜市場の現状と問題点
3. 家畜商人の種類と役割
4. 家畜市場における談合による価格形成の実態
5. 韓牛産地における流通構造の発展条件

1. 問題の所在

韓牛生産農家が安定かつ高水準の収益をあげるためには、飼養技術の向上による生産面での合理化とともに生産物である韓牛をいかに販売するかが、韓牛生産農家にとっては重要な課題である。1963年6月に制定された「畜産法」では、家畜は公正な取引と適正価格の形成のため家畜市場内で取引されるようになっている。そのためには、家畜市場内で競争原理が働くようにするためセリによる取引が望ましいが、韓国では全国の家畜市場のうちセリ取引家畜市場の割合は1986年末現在約20%に留まっている。家畜市場の再編整備による効率的な流通機能の実現が韓牛流通の効率化のための必要な条件である。ところが、韓国の産地家畜市場における流通組織と流通体系は確立されておらず、依然として家畜商人による不公正取引が盛んであり、世間の非難を浴びているのが現実である。

以上のような観点から、本研究では3つの点を中心に分析を行う。まず第1に、韓国における産地家畜市場の現状と問題点について考察する。第2に、産地家畜市場に存在している家畜商人の種類とその役割について検討する。第3に、産地家畜市場における韓牛の買い手である家畜商人の談合による価格形成の実態を把握する。その上で、最後には韓牛産地における流通構造の発展条件を提示する。以上の分析に当たって利用した資料としては、実態調査、アンケート、聴き取り調査、家畜売買証明書などである。

2. 家畜市場の現状と問題点

1) 家畜市場数の過多と零細性

家畜市場は、所在地域や流通機構上の役割、取引家畜の種類、出場地域の範囲などによっていろいろな分類が行われるが、韓国では、一般に小規模家畜市場、集散地家畜市場、消費地家畜市場の3つに分けられる。

小規模家畜市場は、子牛の生産地域に位置し、主に子牛の取引が行われており、集出荷される範囲は3つの市場の中で最も狭く、市場の数が最も多い。また集産地家畜市場は、子牛、成牛の生産地域に配置され、小規模家畜市場より集出荷範囲が広く市場規模も大きい。そして、消費地家畜市場は消費地における大規模屠殺場の周辺で生体市場が独立して1つの市場となっているもので、肥育牛の取引が多い市場である。家畜市場は地域性、個別性が強く、全国動向を一様に論じることができないが、一般的には小規模家畜市場→集散地家畜市場→消費地家畜市場という流れで韓牛流通機構が形成されている。

なお、表1から韓国における家畜市場数の年度別推移をみると、1964年の667カ所が1980年代に入ってから小規模家畜市場の統廃合が進み1986年には、312カ所とかなり減少している。しかし、依然として零細な家畜市場が多く存在し、家畜市場数が多過ぎる。韓国の「畜産法」によると、家畜市場の開設位置は最も近い家畜市場との距離が12 km以上でなければならないとされているにもかかわらず、12 km以内に近接している家畜市場が多く、しかもその中で家畜市場開設日1日当り取引頭数50頭未満の市場が30カ所にも達している。また、家畜市場間の距離が12～20 km以内の家畜市場数は30.1%、20～28 kmは30.2%である。このことから韓国の家畜市場はあまりにも近接し過ぎていることがわかる。¹⁾

表1 家畜市場数の年度別推移

年度 地域別	1964	74	76	78	80	81	82	83	84	85	86
中部	204	181	175	152	148	140	128	113	108	101	96
嶺南	294	240	225	202	197	188	174	161	157	149	142
湖南	124	110	108	95	86	84	84	69	65	64	60
済州	15	15	13	14	14	14	10	7	4	4	4
嶺東	30	25	26	18	18	18	14	13	13	12	10
計	667	571	547	481	463	444	402	363	347	329	312

資料：畜協中央会「畜産物流通便覧」（1987年）によって作成

2) 家畜市場施設の不備・零細及び市場開設日間隔が短い。

表2は韓国家畜市場の地域別施設状況及び市場開設日別の分布状況を示したものである。表2でみられるように、家畜市場当り敷地面積は993坪で、これを地域別に見ると、中部地域が1,426坪と最も広く、嶺南地域が927坪と最も狭い。生畜用の牛衡器は家畜市場当り1.3台に過ぎず、これを地域別にみると、済州地域が1.8台と最も多く、嶺南地域が1.1台と最も少ない。

韓牛の取引において最も重要なのは、韓牛を客観的に評価することであり、評価を正確にするために規格化・等級化とともに正確な体重計量が行わなければならない。ところが、韓国では韓牛の取引の前に牛衡器で牛を計っている家畜市場は52%に過ぎない。²⁾

次に、家畜市場の開設日別分布状況をみると、1986年末現在の全国家畜市場312カ所は5日間隔で開設され、残りの30カ所家畜市場は毎日開設されている。韓国の家畜市場というのは、元々5日間隔で開設されていた農村定期市場に付設されたので今日でも以前のまま5日間隔で開設されている。従って、各地域ごとに社会的・自然的な条件を考慮して、開設間隔を調整する必要がある。

3) 相対取引市場と仲介人が多い。

表3は韓国家畜市場の取引方法別分布及び仲介人数を示したものである。まず家畜市場の取引方法の地域別分布状況をみると、セリが行われている家畜市場は総家畜市場の20%に過ぎず、残りの80%は相対取引の家畜市場である。韓国における家畜市場の不公平取引は、殆どが相対取引における仲介人によって行われているからそのような不公平な取引を防止するため、セリ取引を導入すべきであるが、家畜市場の規模が小さすぎるため、セリの家畜市場への転換はなかなか進まない。

次に、地域別家畜市場における管理人数及び仲介人数をみる。1986年末現在韓国の家畜市場の管理人数は532人で、これを家畜市場当りで計算してみると1.7人である。即ち、1つの家畜市場を管理する人数が2人にも及ばないということである。一方、畜協より任命された仲介人数は1,778人で、これを家畜市場当りで換算してみると、5.7人となり、それ以外にも類似仲介人（非法定商人）が多く存在している。相対取引では正確な規格と標準がないため、売手と買手との間に評価の差が大きい。そこで、第三者の公正な評価と仲介が必要となる。従って、韓国の家畜市場のような未発達な市場制度（相対取引）においては、長年の経験を持ち、売手

表2 家畜市場の施設及び市場開設日の分布状況(1986年)

(単位:坪、台、個、カ所、%)

区分 地域別	施設状況				市場開設日(毎月)						
	敷地面積 (場当り 平均)	事務室 建坪 (場当り 平均)	牛衡器 (場当り 平均)	繋留棒 (場当り 平均)	5日おき開設					毎日 開設	計
					1日 初日	2日 初日	3日 初日	4日 初日	5日 初日		
中部	1,420	10.2	1.4	256	17	17	16	18	16	12	96 (307)
嶺南	927	5.8	1.1	279	28	25	28	27	25	9	142 (455)
湖南	1,022	6.6	1.2	202	12	11	12	10	9	6	60 (192)
済州	1,004	8.8	1.8	26	—	1	1	—	—	2	4 (14)
嶺東	991	13.6	1.5	170	2	2	2	2	1 1	1	10 (32)
全国	993	7.6	1.3	248	59 (189)	56 (179)	59 (189)	57 (183)	51 (163)	30 (97)	312 (100.0)

資料:表1に同じ

注) ()内は比率

表3 家畜市場の取引方法及び仲介人数の地域別状況

(単位:カ所、%、人)

区分 地域別	取引方法			管理人数及び仲介人数			
	計 (構成比)	セリ取引 (構成比)	相対取引 (構成比)	管理人数		仲介人数	
				畜協組合 当り平均	市場当 り平均	畜協組合 当り平均	市場当 り平均
中部	96 (100)	24 (25)	72 (75)	3.7	1.6	14.0	6.1
嶺南	142 (100)	25 (18)	117 (82)	4.5	1.3	20.0	5.4
湖南	60 (100)	9 (15)	51 (85)	3.6	1.9	8.7	4.4
済州	4 (100)	2 (50)	2 (50)	7.0	1.8	5.0	1.3
嶺東	10 (100)	2 (20)	8 (80)	4.4	2.5	3.3	1.9
全国	312 (100)	62 (20)	250 (80)	3.9	17	13.3	5.7

資料:表1に同じ

と買手との両者が信頼できるような仲介人の存在が必要である。

4) 家畜市場の入場料と売買手数料が低い。

表4は韓国の家畜市場の畜種別入场料及び売買手数料を示したものである。家畜市場における入场料の徴収対象は家畜市場に入場するすべての家畜であり、徴収基準額は家畜取引価格の1,000分の1以内になっている。現在徴収している入场料を畜種別にみると、牛の場合1歳未満は1頭当り200ウォンで、1歳以上は300ウォンである。豚(羊)は子豚が50ウォン、成豚が100ウォンである。この入场料は畜協が畜主から徴収して家畜市場開設者である地方自治団体に納付し、家畜市場施設の維持のために使っている。

次に、売買手数料をみると、売買手数料の徴収対象は家畜市場内で取り引きされた全ての家畜であり、徴収基準額は家畜市場取り引き価格の100分の1以内の範囲で農林水産部長官が決めるようになっている。現在農林水産部長官によって決められている売買手数料を畜種別にみると、牛の場合は220Kg未満が2,500ウォン、220~380Kgが4,500ウォン、380Kg以上が6,000ウォンである。豚(羊)は子豚が250ウォン、成豚が650ウォンであり、馬は3歳未満が650ウォン、3歳以上が1,300ウォンである。売買手数料の徴収方法は一律的に買手が売手の手数料の分まですべてを支払っているのが特徴である。

表4 家畜市場の畜種別入场料及び売買手数料

(単位:ウォン/頭当り)

畜種	入 場 料			売 買 手 数 料		
	項目					
牛	1歳未満	200	家畜市場の管理人 が家畜の売り手か ら徴収して 開設者に納付	220kg	2,500	家畜市場の 管理人が 家畜の買い 手から徴収
				220~380kg	4,500	
	1歳以上	300		380kg以上	6,000	
豚(羊)	子 豚	50	"	子 豚	250	"
	成 豚	100		成 豚	650	
馬	1歳未満	100	"	3歳未満	650	"
	1歳以上	200		3歳以上	1,300	

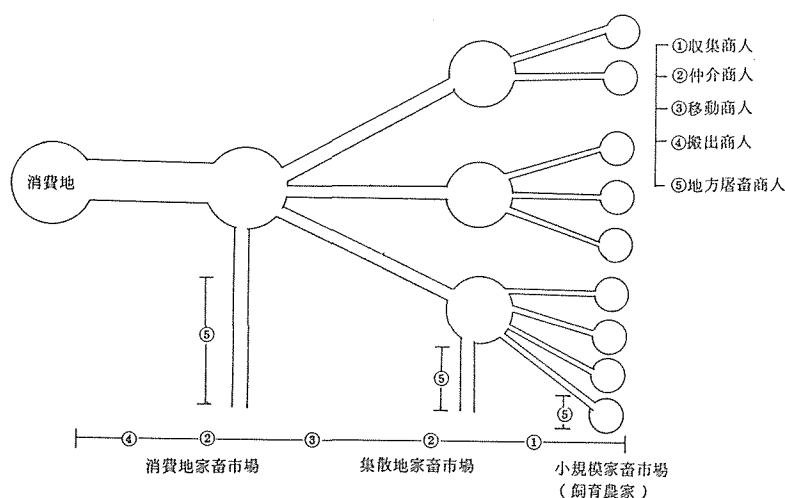
資料:表1に同じ

注)1988年9月現在100円は540ウォンである。

3. 家畜商人の種類と役割

ここでは、家畜市場における韓牛流通に少なからぬ影響力を持っている家畜商人の種類とその役割を検討してみる。韓国の家畜市場における韓牛流通と関係している家畜商人（牛商人）はおおよそ5つの種類がある。それを家畜市場段階ごとに示したのが図1である。以下では、各々の家畜商人の特徴について具体的に検討してみる。

図1 家畜市場における家畜商人の種類と役割



1) 収集商人

収集商人は農家の庭先または小規模家畜市場から韓牛を収集して集散地家畜市場へ出荷する牛商人である。この収集商人にはさらに3つのタイプがみられる。1つは定着収集商人で、自己の近隣農家や近隣村から販売しようとする韓牛があれば購入したり、委託を受けて市場に集荷させてやったりする商人である。2つは請負収集商人で、搬出商人あるいは地方屠殺商人の委託をうけた収集商人が村と小規模家畜市場を回りながら韓牛を収集して販売する商人であるが、この場合購入資金と交通手段は地方屠殺商人から提供され、ある程度のコミッションを受け取っているのが特徴である。3つは巡回収集商人で、一定な小規模家畜市場を回りながら韓牛を収集して集散地家畜市場へ出荷している収集商人である。これらの収集商人が購入する韓牛頭数は、資金と運搬手段の制約から、1～2頭に過ぎない。

2) 仲介商人

集散地家畜市場または消費地家畜市場で韓牛を売買する場合、その仲介を主に担当する商人で、この種類には3つのタイプがある。1つは市況に暗い生産者（農民）が家畜市場に韓牛を出荷する場合、仲介商人が互いに資金を出しあって購入して同じ場所で販売した後その販売差益を出資比率で分けてもらう仲介商人である。2つは生産者が出荷した韓牛を仲介商人が契約金だけを支払って韓牛を販売した後残りの金額を支払う商人である。この場合にも仲介商人がかなりの差益を受け取っている。3つは畜協に認められている公認仲介人のように、取引の仲介だけをして売り手と買い手からコミッションを受け取っている仲介商人（非公認仲介人）である。また、公認仲介人としても取引上有利な立場から売り手と買い手の両側から公認売買手数料以外のコミッションを受け取っている場合も多く存在している。

3) 移動商人

集散地家畜市場と消費地家畜市場との間を往来しながら韓牛を売買している商人である。この移動商人は各々の家畜市場の開設日と価格の地域的な差異が生じることから、ある産地家畜市場で韓牛を購入して他の家畜市場へと移送して販売する家畜商人である。この移動商人が取り扱っている韓牛の規模は収集商人より大きく3～5頭である。場合によっては収集商人もこのグループに加わるときもあるが、その収集商人は経験が豊富で、ある程度資金の余裕がある商人であろう。

4) 搬出商人

搬出商人には2つの類型がある。1つは移動商人2～4人が合資（資金と交通手段の確保）で運営している場合である。この商人は主に消費地家畜市場を巡回しながら屠殺用牛を購入してソウルに搬出しているが、場合によっては小規模家畜市場または集散地家畜市場まで遠征するときもある。もう1つの搬出商人はソウルの大資本家のグループで、移動商人と仲介商人に資金を提供したり、消費地家畜市場内でいくつかの商人を配下に収める搬出商人である。これらの搬出商人は、移動商人と収集商人に比べて資金及び交通手段面で機動力を持っており、しかも、市況の情報が速いことから、家畜商人の中では一番大型でしかも発達された現代的な家畜商人であるといわれている。

5) 地方屠殺商人

地方屠殺商人はいままで取り上げた4つの家畜商人とは性格が全く違うが、各地方ごとに牛肉消費量の供給確保のために一定の屠殺商人を指定している。屠殺商人は「畜産法」によって牛は必ず家畜市場で購入して屠殺場で殺し、屠殺したものは食肉店で政府の指定価格で売るように定められている。

この地方屠殺商人は屠殺用牛の購入から小売食肉店の販売までの一貫体系を兼ねる場合が多く、枝肉率の高い良質の韓牛を購入するためにも一貫体系が望ましいと言われている。しかし、問題となっているのは法律的に小規模家畜市場では1～2人の屠殺商人しか存在していないが、集散地家畜市場と消費地家畜市場には数多くの屠殺商人が存在し、家畜市場の価格形成に影響を及ぼすほか、屠殺商人による密屠殺が盛んであるという点である。

以上のように、韓牛が家畜市場に出荷されてから屠殺場に至るまでの経路としては、一定の移動系列が形成されている。

4. 家畜市場における談合による価格形成の実態

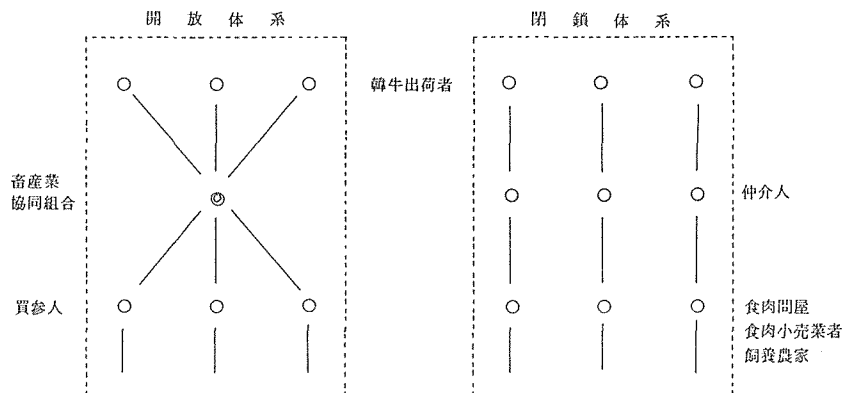
1) 両家畜市場の流通体系

韓国の家畜市場内では、セリ取引と相対取引の2つの流通体系が存在している。ここでは、2つの流通体系となっている代表的な家畜市場を取り上げ、その特徴について考察する。横城家畜市場は、韓国の中でセリ取引を最初に行った家畜市場で、集散地家畜市場と消費地家畜市場の性格を兼ね備えている市場である。一方、洪川家畜市場は相対的に規模が小さく伝統的な相対取引を行っている市場である。横城家畜市場では昔から相対取引が行われてきたが、1982年からセリ取引が行われている。そして、横城家畜市場の開設は毎月1日、6日、11日、21日、26日に開場されていたが、1982年のセリ取引が行われてからは毎日常設市場となっており、主な取引家畜は韓牛の肥育牛、繁殖牛、子牛である。これに対して洪川家畜市場は、昔から相対取引が行われており、洪川家畜市場の開設は毎月1日、6日、11日、21日、26日に開設されている。そして、主な取引家畜は肥育牛、繁殖牛である。

そこで、図2は横城家畜市場と洪川家畜市場における韓牛の流通体系を示してみたものである。横城家畜市場は競争を促す開放流通体系で、洪川家畜市場は競争を阻止するような閉鎖流通体系となっていることがわかる。横城家畜市場ではセリ取引市場であるため仲介人は不必要となり、畜協の職員がセリ人になってセリが行われている。買参人は当日セリにかけられる韓牛に対して全員同資格で参加することができる。即ち、相対取引市場に比べてより競争的となり、形成される価格は家畜市場内の需給関係をよりよく反映しているようになっているといえる。

一方、洪川家畜市場での価格形成においては、売り手では韓牛出荷者（飼養農家）よりも仲介人の影響力が強く、買い手では、食肉問屋の影響力が強いと言われている。洪川家畜市場の仲介人は韓牛生産者の依頼を受けて食肉問屋、食肉小売業者、飼養農家と取引交渉を行い、その際の取引価格もある程度決まっているのが常である。即ち、韓牛出荷者と仲介人、仲介人と買い手との間に暗黙の特約関係が結ばれているのが特徴である。

図2 家畜市場における二つの流通体系



2) 参入障壁の高さと低さ

次は、2つの家畜市場における仲介人の参入障壁の高・低について考察してみる。ある家畜市場における競争の状態をみる際、市場内にすでに存在している既存仲介人間の競争ばかりでなく、新規仲介人の参入という市場外からの競争も考慮しなければならない。買い手市場になっている場合、買い手が競争価格よりも低い価格をつけても新規の買い手の参入を招かない時「この家畜市場は参入障壁が高い」といい。逆にそのような独占価格をつけなければたちまちに新規の買い手が参入してしまい、競争価格水準に引き上げてしまう場合「この家畜市場は参入障壁が低い」という。このような新規参入を阻止価格という。即ち、「参入障壁が低い」ということは参入阻止価格が競争価格に近い場合であり、参入阻止価格が競争価格よりもかなり低い場合を「参入障壁が高い」ということができる。

それでは何がこのような参入障壁を生み出すのであろうか。既存の買い手は新規買い手の参入を阻止するため、価格、購入量で協調行動（共謀）を取ることが出来る。こうした協調行動は、暗黙の合意のもとで行われ、共謀が容易に進められるほど、新規参入は阻止されることになる。

まず、両家畜市場における1986年1月と12月の業種別買参人数の変化から新規参入の実態をみよう(表5)。

横城家畜市場においては、セリが開始される前に家畜購入申請書を畜協に提出し1頭当たり10万ウオンの予納金を納付することが必要である。横城家畜市場の買参人になる条件は、洪川家畜市場より厳しいとも言えるが、実際には新規参入者数が横城家畜市場では多く、洪川家畜市場では少なくなっている。横城家畜市場のこの期間の新規参入者数を業種別に比較してみると、食肉小売業者が16人、食肉問屋が6人、家畜商人が11人、その他が2人である。これを既存の買い手、買参人に対する新規参入者の割合である参入率でみると、食肉小売業者、食肉問屋、家畜商人はいずれも40%を越えている。一方、洪川家畜市場における同期間の新規参入者数は、食肉小売業者2人、家畜商人3人で、わずか5人となっている。この中の食肉小売業者2人は1986年1月から12月の間に食肉店(食肉小売業者)を開業したものである。食肉小売業者が中心になって作った畜産企業組合が認めた者のみが新しく参入したことになる。食肉小売業者の両家畜市場の参入率を比べてみても、横城家畜市場は45.7%に対して洪川家畜市場は28.6%で、横城家畜市場が2倍近くも高く、食肉問屋の場合は横城家畜市場の46.1%に対して洪川家畜市場は0.0%である。そして、家畜商人の参入率は、横城家畜市場が42.3%、洪川家畜市場が33.3%でやはり横城家畜市場のほうが約10%程度高い。両家畜市場におけるこのような相違は取引方法の違いによるものである。即ち、横城家畜市場の場合は、セリ取引市場になっていることで新規参入の障壁が低くなっているのに対して、相対取引の洪川家畜市場の場合は食肉問屋や食肉小売業者による人為的参入制限が厳しいことに起因していると思われる。

3) 両家畜市場における価格形成の相違

「畜産法」第29条によると、家畜市場で家畜を取引するよう定めているのは、公正な価格形成を阻害したり、不当な利益を得るための談合を排除するためである。しかし、洪川家畜市場においては、食肉問屋や家畜商人による談合が頻繁に行われている。特に食肉問屋が洪川家畜市場における価格設定の先導者となり、生体1Kg当たり価格を設定すると、この価格に他の買い手が一斉に追随し、食肉問屋が設定した価格を頂点とする序列性のある価格体系を形成する行動を取っている。洪川家畜市場は先に述べたように、①買い手数が少ないこと、②大買手4～5人の市場占有率が安定していること、③新規参入が厳しく制限されていること

表5 横城・洪川家畜市場における業種別買参人及び新規参入者数

(単位:人、%)

業 種	買 手 数 (1986. 1) (A)				買 手 数 (1986. 12)				新 規 参 入 者 (B)		参 入 率 $\frac{(B)}{(A)} \times 100$	
	横城家畜市場		洪川家畜市場		横城家畜市場		洪川家畜市場		横城家畜	洪川家畜	横城家畜市場	洪川家畜市場
	実数	比 率	実数	比 率	実数	比 率	実数	比 率	市 場	市 場		
食肉小売業者	35	45.6	7	36.8	44	44.4	9	39.1	16	2	45.7	28.6
食 肉 問 屋	13	16.8	2	10.5	18	18.2	2	8.6	6	0	46.1	0.0
家 畜 商 人	26	34.5	9	47.4	32	32.3	11	47.8	11	3	42.3	33.3
そ の 他	2	3.1	1	5.3	5	5.1	1	4.5	2	0	100.0	0.0
合 計	76	100.0	19	100.0	99	100.0	23	100.0	35	5	46.0	26.3

資料：横城畜協「家畜取引現況表」（1986年）、洪川畜協「家畜取引現況表」（1986年）によって作成

等の条件により、プライス・リーダーグループの談合による価格設定が行われやすい。洪川家畜市場における食肉問屋の韓牛価格の決め方は、洪川家畜市場と同日に開設されるいくつかのセリ取引市場の価格を基準にして、その価格から何ウオン引きという方法を取っている。セリ取引家畜市場における韓牛価格についての情報は、他の食肉問屋や家畜商人から得ている。即ち、食肉問屋や家畜商人はお互いに電話連絡を取っているのである。また、いくら（何ウオン）を差し引くかを決める際は、洪川家畜市場の入場頭数と購入予定頭数を考慮に入れている。即ち、セリ家畜市場の価格を基準にしながら、洪川家畜市場の入場頭数と購入予定頭数を参考にして、食肉問屋、家畜商人が生体1Kg当たり標準価格を決める方法を取っている。概ね、食肉問屋である大買手4～5人が市場開設日ごとに話し合って標準価格を決めると、他の中小買手はそれに追随するのが常である。このような韓牛価格形成方法の差異が両家畜市場の価格水準にどう影響するかを比べてみる。表6は両家畜市場における1986年2月と10月の市場開設日別韓牛肥育価格（400Kg基準の雄）を比べてみたものである。³⁾ 洪川家畜市場の韓牛生体1Kg当たりの価格は横城家畜市場のそれより高かったことはない。家畜市場の開設時期によって差はあるが、1986年2月の場合は37～41ウオン、10月の場合は43～49ウオンまで低くなっている。このように洪川家畜市場で取引された韓牛が横城家畜市場のそれより低く取引された原因については、①両家畜市場の市場規模が異なり、洪川家畜市場の規模が横城家畜市場のそれより小さいこと、②前述のように両家畜市場の競争構造の相違から生じる価格差、③両家畜市場で取引された韓牛の肉質差によるもの等が取り上げられる。しかし、③の要因は無視しうるであろう。なぜなら、両家畜市場に出される韓牛の肉

表6 横城・洪川家畜市場における市場開設日別の価格水準比較

(単位:ウォン、生体kg当り)

市 場	開 設 日	横城家畜市場 (A)	洪川家畜市場 (B)	(A)-(B)
1986年2月	第1開設日(1日)	2,695	2,658	37
	第2開設日(6日)	2,621	2,582	39
	第3開設日(11日)	2,720	2,684	36
	第4開設日(16日)	2,655	2,617	38
	第5開設日(21日)	2,595	2,554	41
	第6開設日(26日)	2,640	2,605	35
	平 均	2,654	2,616	38
1986年10月	第1開設日(1日)	2,495	2,452	43
	第2開設日(6日)	2,487	2,442	45
	第3開設日(11日)	2,470	2,423	47
	第4開設日(16日)	2,447	2,398	49
	第5開設日(21日)	2,452	2,404	48
	第6開設日(26日)	2,350	2,303	47
	平 均	2,450	2,403	47

資料:表5に同じ

質は実際にはあまり差が見られないし、また、仮に肉質の差があるとしても、韓国では肉質は価格形成にほとんど反映されないからである。そうすると、両家畜市場の価格差は①と②の要因によるものと言える。家畜市場の規模が小さい市場の価格は、規模が大きい市場より低値になる傾向があることを示唆する。それゆえ、洪川家畜市場の韓牛価格が横城家畜市場のそれよりある程度低くなっている。そして、横城家畜市場は1982年からセリ取引方法を取り入れることによって競争が強まり、韓牛価格が洪川市場より高くなっている。このような価格差は具体的に何によって生じるのであろうか。横城家畜市場はセリ取引市場であるため、食肉問屋や家畜商人を主導とするプライス・リーダーグループの談合により価格が低く決められていると思われる。

それでは、横城家畜市場の価格より低いにもかかわらず、洪川家畜市場への韓牛出荷者の固定的な出荷要因としては、①韓牛肥育農家の零細規模、②洪川家畜市場に属する仲介人との人間的なつながり、③韓牛出荷者の市場対応力の劣弱さからく

る一種の安定選好の傾向、④併設されている家庭用品購買市場との関連などが考えられる。その中で、韓牛生産者と仲介人との人間的つながりについて詳しくみると、洪川家畜市場の仲介人と生産者との間には固定的な人間関係がある。具体的には、韓牛出荷者による洪川家畜市場の特定仲介人の指定という取引慣習の存在である。具体的には、韓牛出荷者による洪川家畜市場の特定仲介人の指定という取引慣習がある。これは洪川家畜市場を舞台に活躍している仲介人の働きかけによるものである。それを見るために、洪川家畜市場における仲介人の経歴年数別、就業開始別状況をアンケート調査の結果から示してみたものが表7である。洪川家畜市場の経歴年数別仲介人をみると、20年以上が7人で35%、16～20年が5人で25%、11～15年が4人で20%、10年以下はわずか4人で20%に過ぎない。このことから、洪川家畜市場の仲介人と韓牛生産者間の人間的つながりがあることがうかがえる。特に韓牛生産者の家に冠婚葬祭があるとき、韓牛生産者と永い人間的つながりのある仲介人が顔を出すのが常である。

次に、仲介人の就業開始動機別状況をみると、「父の代から」と答えた仲介人が7人で35%、「食肉小売店経営のため」と答えた仲介人が8人で40%、「親戚のすすめ」と答えた仲介人が3人で15%、「多頭飼養経営のため」と答えた仲介人が2人で10%である。このことから、韓牛生産者と仲介人間の人間的つながりが

表7 洪川家畜市場における経歴年数別・就業開始動機別状況（1987年6月）

（単位：年、人、%）

経歴年数	平均経歴年数・仲介人数		就 業 開 始 動 機									
	平均経歴年数	仲介人数	合 計		父の代から		食肉店経営の為		親戚の進め		多頭飼養経営	
			実数	比率	実数	比率	実 数	比 率	実数	比率	実数	比 率
1 ～ 5年	3.6	2	2	10.0	—	—	1	5.0	—	—	1	5.0
6 ～10年	7.8	2	2	10.0	—	—	1	5.0	—	—	1	5.0
11～15年	13.3	4	4	20.0	1	5.0	2	10.0	1	5.0	—	—
16～20年	17.6	5	5	25.0	2	10.0	2	10.0	1	5.0	—	—
20年以上	24.3	7	7	35.0	4	20.0	2	10.0	1	5.0	—	—
合 計	—	20	20	100	7	35.0	8	40.0	3	15.0	2	10.0

資料：アンケート調査による。

あることがうかがえる。また、韓牛生産者が肥育素牛あるいは子牛を購入する場合にも特定の仲介人に頼んで買うし、韓牛の販売時にもその仲介人に頼むのが一般的な取引慣習である。なぜなら、生産者は市況の知識に欠けているし、韓牛の資質の良否については、経験の豊富な仲介人の方が自分より詳しくわかっていると考えからである。従って、肥育素牛あるいは子牛を購入する時に特定の仲介人に世話になると、韓牛を販売するときにもその仲介人に依頼せざるを得ないのである。それで、仲介人は部分的需要独占者として独占力を行使しうる可能性を有するものと考えられる。勿論完全な需要独占者であることはできず、固定化した韓牛出荷者に対するサービスをある程度以上怠ければ、別の仲介人の働きかけによって取引相手を失うことも考えられる。

5. 韓牛産地における流通構造の発展条件

家畜市場の主要機能は公正な取引と適正価格の形成であるが、すでに述べた理由によって現在の韓国の家畜市場がそのような機能をうまく果たしているとは思われない。そこで以下では、韓牛産地における流通構造の発展条件について検討してみる。

第1は、小規模家畜市場を統廃合して大規模の家畜市場を設立することである。そうすれば大手買参人が取引に加わり価格形成力を強めることができる。家畜市場が零細で、分散していると買参人は小規模かつ少数となり、また特定の家畜商人が買参人として固定化し、家畜市場取引の独占が生じ自由な価格形成が実現しにくい結果を招きやすい。また、家畜市場が零細で分散していると、大口の買手は、1つの家畜市場で必要頭数を購入することが出来なくなり、2～3カ所の小規模家畜市場で買わなければならないから、それだけ韓牛の買入れコストが高くなる。また、零細家畜市場では買い手の購買力が弱いため取り引き価格はそれだけ低くなる。従って、零細で、分散している韓国の小規模家畜市場を飼養頭数、出場頭数、取引頭数、交通事情等の社会経済的、自然的な立地条件を考慮して統廃合する必要がある。

第2は、全国的にセリ取引方法を行うことである。韓国の家畜市場で行われている不公正な取引のほとんどは仲介人によるものである。それゆえに仲介人の斡旋による相対取引を廃止してセリ取引制度を積極的に取り入れるべきである。

第3は、家畜市場の統廃合とともに開設日を畜種（肥育牛、繁殖牛、育成牛、子牛）によって別々の日に開設することである。

第4は、家畜市場の開設日の間隔を長くすることである。韓国の家畜市場は毎日または5日間隔で開設されているが、これでは十分な出場頭数確保のためには短か出場頭数確保のためには短かすぎ、正常な条件に乏しくなる。

第5は、家畜市場の施設の充実を図ることである。家畜市場の施設を充実させるためには、入場料を引き上げるよりも、低すぎる現在の売買手数料を引き上げて畜協が開設者として必要な資金を調達し、家畜市場の施設の充実を図るべきである。

上記のような発展条件の改善により現在の韓牛産地における流通構造問題は解決されると思われる。そうすることにより、韓国畜産政策の基本目標の1つである韓牛流通の合理化は加速化され、韓牛飼養農家の安定的な発展が期待できるであろう。

注

- 1) 参考文献(8)の67頁より引用。
- 2) 参考文献(8)の68頁より引用。
- 3) ここで特に2月と10月の価格水準を比べてみたのは、生産者の各種現金支出が要求される時期で、年中で家畜市場の出場頭数と売買率が一番高く、買い手側の談合による価格形成が起こり易いからである。

参考文献

- (1) 金 成勲『韓国農村定期市場の制度と機能研究－その史的考察と構造機能の研究－』、韓国国立農業経済研究所、1977、PP. 163-168
- (2) 鄭 燦吉他『畜産物の需要予測に関する実証的研究』、畜協中央会、1986、12、PP. 109-166
- (3) 李 海淙「牛の流通構造と牛商人に関する研究」、韓国畜産学会誌、第17巻、第4号、1975、PP. 445-452
- (4) 尹 孝稷「家畜市場の現況と改善方案」、農村経済、第3巻、第1号、1980、PP. 55-72
- (5) 崔 圭皓「家畜市場における談合による価格形成の実態と改善方向」、九州大学農学芸誌、第40巻、第4号、1986、PP. 207-219
- (6) 崔 圭皓「韓国における家畜市場の問題点と改善方向」、九州大学農学芸誌、第38巻、第4号、1984、PP. 127-138

- (7) 許 信行『肉類需給及び価格安定のための流通構造改善方案』, 韓国農村經濟研究院, 1981, PP. 67-78
- (8) 許 信行『畜産發展の中期計画樹立のための調査研究』, 韓国農村經濟研究院, 1986, PP. 146-166
- (9) 韓国畜協中央会『畜産法規集』, 1982, PP. 217-261
- (10) 甲斐 諭『肉牛生産の展開過程』, 明文書房, 1976, PP. 91-108
- (11) 高橋伊一郎『農産物市場論』, 明文書房, 1985, PP. 48-58
- (12) 細野誠之「家畜市場開設者団体組織とその変動について」, 農林業問題研究, 第4巻, 第2号, 1968, PP. 10-20
- (13) 薬師寺光明「家畜市場の整備統合とそれに伴う市場取引の諸問題」, 畜産の研究, 第19巻, 1975, PP. 1403-1408