

食用肉の生産と流通の変化

大 島 和 夫

はじめに	83
1 日本の食用肉の生産と輸入	84
2 和牛生産の歴史	86
3 畜産業の現場	88
4 家畜市場の形成と変化	93
5 卸売市場の変化	94
6 芝浦市場の例	98
7 食用肉の流通	99
1 差額関税制度	2 牛肉の輸入
3 BSE 事件 19	4 食肉の流通
8 食肉卸売業者	107
9 牛肉の卸売価格の変化	109
1 輸入牛肉の価格	2 和牛価格の変化－コロナ禍前
3 コロナ禍後の和牛取引	
4 卸売市場および食肉流通センターにおける価格変化	
10 牛肉流通についての2006年のコメント	121
11 食肉専用中央卸売市場の経営の健全化	123
まとめ	127

はじめに

日本人の食生活は戦後に大きく変化した。コメの消費が減り、肉や野菜、油脂類の消費が増えた。一方で魚介類は生産も消費も少しずつ減少している¹。これらの変化の中でも、特に顕著なのが食肉の消費の増加と、和牛人気の高まりである。

食用肉は生体をと畜して生産される。それは悲しい事実であり、人間は家畜の命を奪うことによって生活している。肉用牛の命は約4年、ブロイラーは5ヵ月しかない。しかし、他方では、肉食によって戦後の日本人の栄養状態が改善し、体格が向上した²。牛肉がおいしいことも間違いない。その生産に真剣に取り組んでいる農家の人々も多数存在する。その現状を否定することはできない。しかし、中長期的には、食用肉に変わるタンパク源を開発し、せめて生乳や卵の採取

¹ 海面漁業において1980年と比べて漁獲量が増加したのはぶり類とほたて貝だけで、さけ・ます類は1/2、いわしやさばは約1/3、たらは約1/7、さんまは約1/6に減少した。『日本国勢図会2022/23年版』173頁。

² 戦前から、長い間、日本人の体格を向上させるために健康優良児を表彰する制度があった。1970年代に廃止され、団体の表彰も90年代に終了した。

にとどめられないかと望む。

食肉の生産と流通のあり方は、戦後、大きく変化した。それにもなつて、価格形成のプロセスも大きく変化し、現在もその変化は続いている。食肉の取引価格は当事者達の契約によってきまるが、自由に決定できるわけではなく、様々な事情に制約される。和牛の場合には歴史的に形成されてきた独特の商慣習がある。牛肉の生産者から消費者への流通経路の変化と、取引価格の形成過程を探ることにより、社会構造の変化と商品取引の変化の関係、そしてそれが価格形成に与える影響を検討する。

1 日本の食用肉の生産と輸入

畜産業は国内農業の中で最も産出額が多く、2020年には農畜産業総産出額8兆9370億円のうち、3兆2372億円で36%を占めた。日本人の摂取する食料の中に占める比重は高まる傾向にある。主食と言われるコメは1984年をピーク（3兆9300億円）に減少が続いている。一方、野菜は原料原産地表示の義務づけが拡大されて国産野菜の需要が高まり、果実も品質向上の取組が成功して需要が拡大している。畜産は経営の大規模化が進められ産出額は増加している。2000年と2020年を比較するとコメの産出額は2.32兆円から1.64兆円に減少したが、畜産物は2.46兆円から3.24兆円と増加し、この傾向は今後も続くと予想される。

コロナ前の2018年11月の牛肉需給を見てみよう³。国内生産よりも輸入の方が大きく上回っていることが分かる（表1参照）。輸入冷凍品、冷蔵品は主に外食産業や大型小売店で提供されている。一方、消費者に身近な小売店では輸入牛肉とならんで和牛が人気を集めている。量は多くないものの日本人にとって牛肉といえば、和牛を連想する人が多い。

表1 2018年11月の牛肉の需給

国内生産量			前年同月比
	和牛	1万6828トン	7.40%
	交雑種	8809トン	5.40%
	乳用種	8248トン	-4.10%
	計	3万4325トン	
輸入量			
	冷蔵	2万4852トン	13.20%
	冷凍	2万6773トン	37.00%
推定出回り量 ⁴		8万3108トン	10.60%
推定期末在庫		12万5754トン	7.00%

この時点でも、食用肉の比率は、国産2万5000トンに対して輸入が5万トンと2倍であり、

³ 『畜産の情報2019年2月号』による。

⁴ 農林水産省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、農畜産業振興機構調べ。

推定期末在庫は前月から2486トン積み増し、5カ月連続で積み上がっていた。新型コロナウイルスの感染（COVID-19）によって、2020年の消費は飲食店などで使用される輸入肉を中心に一時落ち込んだが、20年後半からは巣ごもり消費の拡大によって和牛・交雑牛の消費が拡大した。

日本の2020年度の食料自給率はカロリーベースで37%、生産額ベースで67%であった。表2は国内の農業、畜産業の産出額全体に占める割合を示したものである。

日本の食料自給率の低下は、戦後のコメから肉への食生活の変化によるもので、畜産物の飼料や油脂類の原料のほとんどを輸入品に頼っているためである。その中でも食料の安定的な確保を図るという目的は実現されている。しかし、近年、気候変動による干ばつなどの異常気象や大雨などの大規模自然災害が続発しており、政治リスクなども加わって、輸入飼料の価格高騰により、食肉の安定供給が難しくなる局面も出てきている。2022年2月のロシアによるウクライナ侵攻により、原油や穀物類の国際商品相場が高騰し、燃料油や肥料、飼料を海外に依存する日本の農業は大きな負担増に追い込まれた。

畜産業は規模も産出額も拡大を続けたが、採算性の低さや農村地域での人口の減少などから後継者不足が深刻で、従事者の高齢化が進んでいる。また、環太平洋経済協力（TPP11）、EUとの経済協力協定（EPA）、日米貿易協定などにより、安い畜産物の輸入が増加した。飼料価格の高止まりに加えて、鶏インフルエンザや豚熱などの感染症対策も必要となり、畜産農家の負担は大きくなっている。

表2 農業・畜産業、主要品目総産出額（2020年・億円）

	2020年・産出額	割合
耕作種	56,562	63.30%
米	16,431	18.4
野菜	22,520	25.2
果実	8,741	9.8
畜産物	32,372	36.2
肉用牛	7,385	8.3
乳用牛	9,247	10.3
生乳	7,797	8.7
豚	6,619	7.4
鶏	8,334	9.3
鶏卵	4,546	5.1
ブロイラー	3,621	4.1
計	89,370	100%

「日本国勢図会」2022/23年版131頁。

2 和牛生産の歴史

1 和牛とは何か

和牛は、明治以前からの日本在来の牛をもとに、外国の品種の牛と交配して作られた品種群である。日本の固有種ではない。黒毛和種、褐毛和種、日本短角種、無角和種の4品種がある。1976年に米国コロラド州で研究目的のために輸出された和牛たちの精子と胚が他の国々に流出し、オーストラリアやアメリカで他品種と掛け合わせた混合牛が和牛として日本産よりも多く出回っている。日本政府は区別するために公式認定を行っている。

明治政府は欧米から優れた性質の牛を輸入し、それを在来の牛と交配させて増やすことで、日本の牛を改良しようとした。その多くは乳肉兼用の品種で、明治になって生まれた新しい需要に対応するためだった。しかし当時の農家に必要だったのは役用牛であったため、生乳の生産や食用肉の生産はそれほど増加しなかった。

1912年から、組織だった品種改良が始まった。ベースとなったのは各地で飼われていた日本牛であったが、既に外国牛の血が相当に入り込んでいたので、純粋な日本在来牛はわずかな例を除いて存在していなかった。そこで、当時飼われていた牛を「改良和種」と名付けた。改良の目標は役肉両用であった。集団としてまとまった成果が現れるようになったのは1944年頃であった。このときに、黒毛和種、褐毛和種、無角和種の3品種を他から区別して、「和牛」と名付けた。1957年には日本短角種が追加され、4品種からなる和牛が成立した。

品種改良の過程で、純粋な在来牛を残そうという考えはなかったようである。日本の牛は外国品種との交雑種になっており、純粋な在来種は偶然的な事情で山口県萩市の見島牛と鹿児島県十島村の口之島牛にしか生き残っていなかった。見島牛は現在、国の天然記念物に指定されている。

役牛の仕事は主に耕作と運搬であったが、20世紀後半にトラクターとトラックに完全にとって代わられた。一方で牛乳の消費は増えたが、乳量が多い外国産のホルスタイン種が飼われ、和牛の出番はなかった。そこで、1960年代に和牛の飼育目的が役肉兼用から肉専用に切り替わった。

日本在来種の性質を引き継ぐ和牛は、肥育すると筋肉に脂肪が混ざりやすい。役畜としての役割がなくなると、脂肪交雑が多い肉を生産するための和牛飼養と品種改良が進められた。1991年に牛肉の輸入が自由化されると、中途半端な安さでは外国産牛肉に対抗できなくなり、脂肪が多い黒毛和種を高品質・高価格で生産する傾向が強まった。

高級牛肉としての和牛の輸出は、1990年代に始まったが、2000年に発生した牛海綿状脳症（BSE）のため各国から輸入が禁止され、一時途絶した。2012年にアメリカ、2013年にEUで輸入禁止が解かれてからは、輸出数量・金額ともに拡大している。2017年には台湾で輸入禁止が解かれ、和牛輸入ブームが起きた。中国は2017年時点で輸入を禁止していたが、カンボジアから迂回輸入している可能性が指摘されていた。

公正競争規約の制度にもとづき、食肉業界が作って公正取引委員会が認定した「食肉の表示に関する公正競争規約」第10条の施行規則では、黒毛和種、褐毛和種、日本短角種、無角和種およびこれらの品種間の交配による交雑種に和牛の表記を認めている。ただし、乳牛との交雑種に

は和牛の表記はできない。

牛の種類を問わず日本で飼養された牛の肉は、「和牛」を名乗れなくても「国産牛肉」を名乗れる。その大半は和牛と乳牛の交雑種か、廃用になった乳牛である。価格が高い順から並べると、和牛、和牛交雑の国産牛、その他国産牛、外国産牛肉となる。ただし、アメリカ産テンダーロインやリブアイロールなどは、その他国産牛よりも品質が良く、価格も高いものが多い。

和牛と名乗れる規格は、日本独自のものであり、外国での生産や流通には適用されない。しかし、外国には和牛の血統を引き継ぐ「外国産和牛」が存在する。オーストラリア、ニュージーランド、アメリカ、カナダなどでは、日本の和牛に由来する牛が飼養され、「WAGYU」の名で高級牛肉として販売されており、それらの国では、和牛と他の肉牛の交雑種もすべて「WAGYU」と標記されている。

日本では1948年に全国和牛登録協会が設立され、黒毛和種、褐毛和種、無角和種の牛はすべてここに登録することになった。褐毛和種のうち熊本系のもは、1952年から褐毛和牛登録協会に登録することになり、これが改称して現在の日本あか牛登録協会となった。日本短角種については1957年設立の日本短角種登録協会が登録している。

牛の登録制度は、2003年から牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法にもとづく牛トレーサビリティ制度によって強化された。日本で飼養されている牛は、牛肉になって消費者の手に届くまで、個体識別番号が付けられている。

農林水産省の「食肉の表示に関する検討会」は、2007年3月に「和牛等特色のある食肉の表示に関するガイドライン」を作った。これによれば、上記の品種要件を各種登録書で証明できることに加えて、牛トレーサビリティ制度で証明できる牛の肉だけが、和牛の表示で販売できる。これにより、日本国内で「外国産和牛」が和牛として流通することは事実上不可能となった。2020年代に日本で肉用として飼われる牛のほとんどは和牛で、和牛の約95%が黒毛和種である⁵。

2 1950年代の和牛生産

岡山県の1959年の状況が同県の和牛取引畜産係長・林正夫氏によって「岡山畜産便り」(1959年8月)で、紹介されている⁶。それによると当時の和牛の取引の状況は以下のようなものであった。

国は1956年に家畜取引法を公布して、家畜の取り引きの近代化を図ろうとした。その狙いは、家畜市場での取引方法を「せり」や入札による透明なものに変え、代金も現金決済にしようとするものであった。しかし、この改革は、1959年当時の岡山では十分な成果を上げることは出来なかった。

⁵ ウィキペディア「和牛」<https://ja.wikipedia.org/wiki/和牛>. 2023年5月17日閲覧。

⁶ 岡山県和牛取引畜産係長・林正夫『岡山畜産便り』(1959年8月) <http://okayama.lin.gr.jp> 岡山畜産だより。

瀬戸内地方は古くから和牛の取引がさかんで、牛小作の慣習もあり、古くからの取引慣習が残されていた。家畜商の力が圧倒的に強く、小売価格に対する、生産者の手取り価格は牛乳で35~40%、肉は30~35%にしか過ぎなかった。

このような状況では、国が進める家畜取引の近代化はなかなか進まなかった。まず、大多数の中小家畜商の協力を得ることが出来なかった。さらに、市場開設者（主に郡畜連）の中には自分の手で市場改革をする力を持つものが少なかった。

国はこの現状を打開するため、家畜取引制度改善調査会を作って、対策に取り組んだ。家畜商がすべて問題というわけではなかったが、人数が多過ぎて、質の上で問題があった。そこでまず家畜商を整理する必要があった。次に、家畜市場における価格形成を透明なものに変え、取り引きに必要な資金の調達や決済の仕組みを整備する必要があった。このような改革を進めるためには、都道府県の畜産業者や行政担当者の意識改革も必要であった。

岡山県の状況は、1959年の農林統計を見ると、和牛の取り引きにおいて、家畜商を通して行われるものが売りで7割、買いで9割以上を占め、系統機関（畜連や農協）を通すものは、ごく一部に過ぎなかった。このような状況から系統機関による共同販売とか共同購入に移行することはかなりの困難が予想された。

県は取り引きを改善するため、家畜市場の整備統合、模範家畜市場の育成強化などを指導した。また、国の中小農家向けの制度を利用した預託肉牛や、県の若齢去勢肥育牛などを、県畜連をとおして、大阪枝肉市場へ共同出荷した。この京阪神地域へのお荷が、取引の改善につながった。

当時、年間1万4000頭の和牛の子牛を県外に出荷していたが、そこでは、産地によって銘柄が大きく異なっていたことが問題であった。そこで、早熟で発育が良く資質の良いものの繁殖に統一して、岡山県産の子牛の銘柄の評価を確立することを目指した。

次に、肉牛の生産を農協単位で集団的に行い、大阪枝肉市場などを主な対象として、農協を通じて系統共販の道を推進し、商圏の狭い岡山市場だけに依存することから脱しようとした。

以上のように、1959年当時の岡山での牛肉生産の課題は、大消費地の大阪に向けて、安定的に食肉を出荷することであったが、当時は肥育農家に向けての子牛の販売がさかんであり、そのために、子牛の品質の安定を図ることが急務であった。また、和牛の取り引きの大半が家畜商を通すもので価格形成が不明朗であったため、流通過程において、透明な家畜卸売市場の確立が大きな課題であった⁷。

3 畜産業の現場

1 1999年9月の三谷康さん訪問

私は当時所属していた兵庫県自治体問題研究所の活動の一環として1999年9月19日に兵庫県の黒田庄町（現西脇市）に見学に出かけ、肥育農家である三谷康さんの牛舎を見学させてもらっ

⁷ 以上、林正夫『岡山畜産便り』（1959年8月）による。

た。この体験は日本の畜産業の現状を理解するうえでとても勉強になった⁸。

三谷康さんの牛舎には全部で70頭ほどの牛がいた。この8月に淡路島の三原町から子牛を5、6頭ほど仕入れたところであった。それらは、中土井系とくまなみ系に属する牛で、すべて去勢牛であった。子牛は10ヶ月のもので、発熱などの病気にかかりやすいため、しばらくは目が離せないとのことであった⁹。

三谷さんは、1950年に80人ほどの仲間と畜産を始め、和牛同志会を結成した。当時は、ひとりが抱える牛は少なかった。時とともに同志会の会員は減少していったが、1972年に西沢団地、1986年には前坂団地ができて盛り返し、牛の数は着実に増加した。背景には、1967年から農協の20周年記念事業として多頭化を進めたことがある。現在（1999年）は18人の会員が1400頭の牛を育て、それらはすべて但馬牛として出荷されている。三谷さんのように個人で経営している人は3人であった。

畜産は、かなりの労力を要する。子牛は当時平均45万円程度で購入し、約700日育てて、650kgほどにしてから出荷していた。黒田牛の平均販売価格は約80万円であったが、三谷さんの牛はランクA4以上が多く、体重も780kgのものがあり、当時は100万円くらいで売れた。ただし、体重は多くなり過ぎては良くない。

ここでも、農業の先が見えないという意見が出た。国は大豆や麦への転作を奨励するが、黒田庄の土はそれには適していなかった。

畜舎の横にコンクリートの壁をうった堆肥の置き場があった。横から風を送って発酵を早める。十分に発酵させるには約3カ月が必要であるが、ここでは臭いを消すことが目的なので田圃の堆肥用には1カ月で引き渡していた。

三谷さんは、当時、13haの農家から稲藁の提供を受け、対価として堆肥を提供していた。堆肥は農薬の使用を減らし、有機農法を進めるための重要な肥料であった。

2002年から、堆肥の野積みが禁止される。去勢牛の場合は、乳牛や豚と異なり臭いはあまりきつくないが、野積み禁止の適用を受ければ、大きな出費を余儀なくされる。どのような対策を進めるかが大きな問題となっていた。

黒田庄では5年ほど前から堆肥センターの建設について議論が繰り返されてきた。当時も解決されておらず、難しい問題であったが、1998年に同志会において、「自分達の要望として堆肥センターの建設を求める」という意見がまとまった。今後の問題として、運営形態をどうするかが取り上げられ、畜産農家の意識として、すべて行政に頼るのではなく、ある程度の自己負担も視野に入れた議論をすることが必要であると指摘された。その例として県北部の村岡町のセンターでは農家の拠出金が出されたこともあげられた。

堆肥センターの建設によって有機農法を進めたいという東野町長の熱意と、着実に畜産の多頭

⁸ この見学は当時の東野敏弘町長にとってもお世話になった。なお、黒田庄で肥育されている黒毛和牛は評価が高く、神戸ビーフとして認定されて出荷されるものも多い。

⁹ 誕生後3ヶ月で子牛を取り引きするのをスモール市場、9ヶ月で取り引きするのを素牛市場という。

化を進める三谷さんたちの努力を初めて知った。しかし、その実現には、まだ多くの障害が残されていた。最大の問題は費用負担であるが、その他に、立地の問題もあった。

町長の「黒田庄の堆肥は水分が少ない。生ゴミ対策と併せて解決できないか。」という発言にみられるように、農薬だけでなく、ゴミ処理問題も含めて、総合的な環境対策を考えているようであった。今後、茨城県の農村や、三木市にあるコープ神戸の生ゴミ処理施設などを参考にしながら、検討を続けていきたいということであった。

2 2012年9月の三谷康さん訪問

13年後の2012年9月19日に、京都府立大学の院生達と再び訪問して、三谷康さんのお話をうかがった。

三谷さんは、旧八田村（現在の新温泉町）から黒田庄に来て牛を飼い始めて63年になった。牛の成育歴や飼料の与え方など、詳細に記録に留めており、その貴重な資料を年間わずか2万1300円で農林水産省近畿農政局農政推進グループ（統計調査）に提供していた。

三谷さんは、但馬から子牛を仕入れて肥育する。常時60頭を飼育しているが、現在（2012年）は最近8頭仕入れたため、64頭と多めである。過去に多いときには80頭も飼育していた。牛舎は建築からだいぶ経過しているが、清潔で臭いもあまりない。月に一度、敷いてあるおがくずとともに堆肥を取り出して、新しいおがくずに取り替える。天井には大きな扇風機が何台も設置され、空気を通すとともに臭いを押さえている。入り口の梁の上には、この夏購入した新しい大きな扇風機が2台、稼働していた。

但馬牛の繁殖状況を訊ねたところ、2012年は但馬で4500頭ほど、淡路で8500頭ほど生産されているとのことであった。

黒田庄の牛の一部は自己資金によるものであり、そのほかは全農（全国農業協同組合連合会）の預託で、JAみのりが再預託している。再預託とはJAみのりが責任をもつということである。そのため和牛同志会員は、JAみのりに預託金額の1/4に相当する担保を差し出す必要があり、不動産に根抵当を設定している。これは、JAみのりとの契約による。

三谷さんは7~8ヶ月の子牛を購入して約2年ほど育て、平均710日前後に出荷している。出荷は主に神戸のと畜場である神戸西部市場（神戸市営）の神戸中央畜産株式会社（これは荷受会社）になされる。また、加古川市営と畜場の加古川中央畜産株式会社（これも荷受会社）になされることもある。これらの出荷は子牛の市場からの買い入れも含めJAみのりの共同導入、共同出荷で毎月20日前後に会員から導入、出荷申し込みをまとめ、翌月の導入、出荷計画をたてている。導入、出荷はJAみのりの大型搬送車で行き、と畜場では1~2日ほど冷凍した枝肉を日本格付協会（財団法人）の専門職員が格付けする^{*10}。

*10 と畜場について。と畜場法は獣医師によって家畜の病気を発見排除し、健康な肉を提供することが主要な目的であったため、と畜場はいわば検査施設であった。しかし、近年サルモネラ、O157など家畜由来の食中毒に対する社会の関心が高まってきたことにより、と畜場法が衛生面に軸足を置いた内容

肉のランクは最高が A5-12 で、A4-6 から神戸ビーフの名前が付けられ、セリにかけられる。それでも、例えば 65 万で仕入れた子牛が 1kg で 2000 円（枝肉で 90 万円）くらいにしかならないので、利益率はあまりよくない。

いままでに多くの牛を育ててきた。2011 年の暮れに A5-11 の牛を育てて、出荷したが、重量制限を超えた。枝肉で 470kg を越えると兵庫県の神戸ビーフの認証を得られない。2011 年 12 月に出した肉は 484kg であったために、規格からはずれた。神戸ビーフの認証を受ければ 1kg3200 円の値が付くが、認証を得られなければ 2350 円にしかない。

通常のセリは、枝肉で行われるが、年に 1 回、兵庫県の畜産共進会（県共）の開催するセリは、生体で行われる。2012 年が 94 回目である。三谷さんが 2011 年 12 月 12 日に神戸市場に出荷した牛には A4-5 がつき、1kg2100 円となった（生体で 140 万円前後）。県共などの成体のセリでは神戸ビーフとして認定されるのに重量制限はない。

三谷さんが現在出荷している肉牛と、牛舎にいる牛の取得原価は 2011 年の平均で 57 万円であった。現在の食肉市場からみて子牛の原価は 45~46 万円が望ましい。あまり安くなると子牛生産農家（繁殖農家）が生産を止めてしまう。お互いに持ちつ持たれつ関係を維持することが重要であると指摘した。

認定農家の資格を得るとスーパー L 資金の借入れが可能となる。低利で返済期間は 25 年である。しかし、三谷さんは利用していなかった。認定農家の資格には年齢制限がある。特例として年齢が 60 歳以上でも市町村の農業委員会認定検討メンバー（普及センター、市町村担当者、JA）による承認を受ければ認められる。計画は 5 年ごとに見直され、その達成状況によっては取り消されることもある。三谷さんは、稲作とともに肉牛の複合経営を行っており、その中で適正な経営規模によって自分の経営を充実させ、それによって地域の農業の振興に寄与することを考えていた。例えば畜産に最も必要な粗飼料である稲藁と堆肥の交換によって、その地域の有機土壌化に努める必要があると考えており、今の規模で三谷さんの地域（福地集落）では十分である。これ以上、頭数や規模を拡大することは無理であり、現在の経営を充実（利益率の増加）することを考えて認定農業者の申請をしなかった。2012 年の黒田庄の和牛の会には 5 人の認定農業者がいた。和牛同志会はこれまで 18 人いたが、現在は 14 人に減った。経営が続かなかった方が 1 人と、跡継ぎのおられなかった方が 2 人である。三谷さんは 1971 年から同志会の役員をされ、代表もされてきたが、2011 年に役員を退いた。

三谷康さんは細かく記録を付けていたので、生産コストや販売価格などについても教えてもらった。

2011 年 12 月 14 日に子牛を 7 頭仕入れた。平均価格は 42.8 万円であった。12 年 8 月に仕入れ

に大きく改訂され、単なる検査施設から食品工場としての性格が強まった。このため、現在、各施設の具体的な名称は、「食肉処理場」「食肉センター」などの名称が付されているものが多い。これらの施設は主に、食肉加工会社や第三セクター、または自治体によって設置される。政令市など大都市が運営すると畜場では、枝肉のセリを行う食肉市場が設置され、国産肉の価格形成を担っている。

た8頭の子牛の価格は、以下の通り。

47万4600円 282kg、48万9300円 284kg、51万300円 260kg、45万8850円 245kg、45万4650円 228kg、54万2100円 246kg、42万7350円 278kg、42万2150円 221kgであった。平均で45万7406円 251.75kgである。これに運搬経費などを加えると46万8841円となる。

子牛の仕入れは、これまでの実績のよい繁殖農家から購入する。それでも、価格が50万円を超えると勇気がある。今年の県の共進会の予選に出品される牛を見せていただいた。700kgある堂々とした牛であった。

1頭当たりのエサ代は2年間で約19万円である。堆肥センターへの支払い、運賃3000円、JAへの手数料0.4%、(市場手数料の5%は購入者が負担)その他の経費があるので、仮にA45で470kgであったとしても、売り上げは98.7万円で、利益は20万円弱にしかならない。この中には2年間の労賃が含まれている。西脇市の堆肥センターの使用料は年間1頭で7000円であった。

濃厚飼料は、とうもろこし、麦、大豆かす、ふすま、でJAから仕入れている。粗飼料は稲藁を与えている。牛はこの稲藁が大好きで、見ているとずっと食べている。

導入後の牛には3ヶ月ほどチモシー(牧草)を与える。その後は、青刈りした稲藁や、配合飼料を与える。2ヶ月から8ヶ月くらいまでは1頭平均で藁を一日に2kg、濃厚飼料を6kgくらい食べる。したがって、700日で出荷する牛の場合には粗飼料を1400kg食べることになり、これは田圃の10a分に相当する。

三谷さんの福地集落は約21haあり、3回地に区別して集団転作で回地化に取り組んでいる。その中に稲藁交換している土地が毎年いくらかの面積で入るので、耕作者と契約して、飼料作物として稲を栽培してもらい、毎年約1.5haほどの青刈り稲を確保している。補助金の10a当たり3万5000円は農家が受け取り、三谷さんは青刈りの稲と彦生えを刈って2回収穫し、子牛の粗飼料として活用している。ひこばえにも豊富な栄養(ビタミンAなど)が含まれている。一般に飼料用米は籾を収穫して米粉にして牛に与えると、10a当たり8万円の補助金が付けられるが、三谷さんはそれをしていない。

稲藁は堆肥交換で8haを確保している。稲作は1.5haが自作地、受託で0.5haを耕作しており、2haの稲作と常時60頭の肉牛肥育で経営を維持している。

飼料の配合は、17ヶ月まで、17ヶ月から23ヶ月まで、23ヶ月から32ヶ月までの3つに区分して調整される。2011年4月から西日本飼料組合として飼料の配合が統一された。その中で兵庫県では2007年から県の研究会でマニュアル化されたものを黒田庄和牛配合飼料としてブランド化した。

3 蔵王高原牧場

大規模農場の場合も、基本は同じである。蔵王高原牧場は常時約2000頭の牛を飼育し、繁殖から肥育まで一貫した生産を行っている。繁殖から肥育の過程を見つめる。牛の妊娠期間は280~285日で、子牛は約30kgで生まれてくる。黒毛和種を中心に褐毛和種、日本短角種などが

中心である。乳用牛のメスに和牛のオスを交配させたF1と呼ばれる交雑種の生産も行われている。以下は同牧場の関利教氏による説明である¹¹。

子牛は生後6日ほどで母牛から離され、衛生管理された牛舎に入る。病気に対する抵抗力が弱いため、離乳するまでの約4ヵ月ほどの期間は特に衛生面の注意が必要である。牡牛の場合は生まれて約2ヵ月程度で去勢が施される。

蔵王高原牧場では、自社農場で繁殖した子牛だけでなく、市場を通じて繁殖農家からも子牛を買い付けている。そのため農場長は家畜商の免許を取得している。買い付ける子牛は市場で初生牛と呼ばれる生後2ヵ月程度の子牛である。この牧場では、毎月市場から約40頭の子牛を肥育のために買い入れている。

成長した牛は、生後約10ヵ月を過ぎ体重が約300kgの成牛となると、牧草や穀物などが配合された飼料を与えられ、肥育期間に入る。この牧場は餌を自家配合し、給餌量と餌の種類を細かく調整している。肥育期間は生後24~33ヵ月まで続く。肥育の完了時には、約700kgにまで育てられ、と畜場に出荷される。牛の肥育期間は2~3年、その間、毎日2度の給餌と牛舎の清掃が欠かせない。常に牛の健康状態に気を配って育てている。

4 家畜市場の形成と変化

1 家畜商の役割

1960年代ごろまでは、家畜商と呼ばれるブローカーたちが食肉の流通の大半を担っており、成牛や食肉についての取引価格は全国的には共有されていなかった。その後、政府が卸売市場を整備して状況は大きく変化し、現在では、繁殖農家や肥育農家、と畜業や食肉加工業などの事業者も家畜商免許を持って取引に参加し、家畜の取引は、家畜市場が中心となった。卸売市場での取引価格は全国に公示される。

家畜商を営むには、家畜商の免許が必要である。現代の家畜商は、家畜の取引を継続的かつ反復的に行う者であればよく、ブローカー（家畜の売買だけを専門に行っている人）だけではなく、主に繁殖を手がける生産者や肥育を専門とする農家、食肉関連の業者も含めて、様々な業種の人々に広がっている。

家畜商の取り扱う家畜には、牛・馬・豚・綿羊・山羊の5種類があり、さらに成畜・子畜・初生牛（2ヶ月未満）に区分される。家畜商は全国の家畜市場を巡り適当と思われる家畜を購入し、その家畜（成畜）を他の家畜市場または食肉市場に出荷する。初生牛の場合は、家畜市場で購入し他の家畜市場で販売する。さらに近隣の肥育農家や繁殖農家からの依頼で、家畜市場などから購入して、顧客に納入する¹²。

山形県家畜商業協同組合理事長の高橋勝氏は2022年「家畜商の仕事」の中で、家畜市場につ

*11 日本家畜商協会取材記事「肉牛生産の現場から」、http://www.jlda.or.jp/ld_story2023年5月。

*12 「家畜商の仕事」（2022）http://www.jlda.or.jp>ld_work。2023年5月14日閲覧

いて次のように紹介している^{*13}。

山形家畜市場は、山形県家畜商業協同組合という家畜商の組合によって運営されている。山形県は、夏が暑く冬は寒いという寒暖の差が大きい気候や環境の影響もあり高品質の肉牛の肥育に適している。古くから肉牛肥育の盛んなところで、肉牛の肥育技術に優れた生産者も多く存在するため、繁殖農家から生まれた子牛を肥育農家に販売する家畜商が多い。

当市場では、初生牛と呼ばれる肉用種の子牛を中心に、肉用牛、馬、めん羊、山羊のせりを毎週開催している。また、月に1度は搾乳牛のせりも行っている。毎月約1000頭の家畜が当市場に持ち込まれ、せりによって約95%の家畜の売買が成立している。

現在の家畜の取引は、家畜市場が中心となっている。米沢牛や山形牛として名高いブランドを持つこの地方では、古くから高い肥育技術を持つ生産農家が多いことから、東北一円はもとより、新潟や関東から参加する人もいる。家畜の売買を仕事にしている家畜業の人だけではなく、繁殖農家や肥育農家、と畜業や食肉加工業などの人も家畜商免許を持って取引に参加している。

家畜市場での取引では、家畜商の免許を持った参加者によって公正な値段が構成される。当市場では、安定した家畜の入場数に加え、家畜商として参加する人数も多いので、活発な取り引きが行われている。また、国産牛ならではのトレーサビリティ制度に沿って生産履歴や種類などの情報も開示されている。

2 東京食肉市場

食肉は消費地への出荷が生体であることから、消費地のと畜場が取引の中心的役割を果たしてきた。そのため、市場取引の慣習が成熟しておらず、市場化が立ち遅れていた。しかし、1963年7月に閣議決定された「生鮮食料品流通改善対策要綱」の「芝浦に食肉市場を開設し食肉取引の改善を図ることを東京都に強く指導する」という方針に基づき、1963年8月に政府は「食肉市場設置方針」を決定した。この方針に基づき、芝浦と場の関係業者に食肉市場開設についての協力要請を行い、東京都が半額出資（3億円）する卸売会社の設立と仲買人制度の設置により、1966年12月に、従来の都立芝浦と場から取引部門を分離して、これを食肉市場として業務を開始した。

5 卸売市場の変化

1 中央卸売市場法（1923年）

家畜市場だけでなく、卸売り市場全体も大きく変化した。中央卸売市場を開設する根拠となる「中央卸売市場法」が制定・公布されたのは1923年3月であった。早くから中央卸売市場の開設を求めたのは日本橋魚市場組合であった。この市場は、2011年に組合の決議をもって、東京市に対し、市営による総合市場の開設の請願を行い、貴族院・衆議院及び農商務省に対しても、中央卸売市場法制定の請願書を提出した。

*13 前注と同じhtml。

政府も2012年に、市場法の試案を生産調査会に諮問して検討を続けた。第1次世界大戦の拡大が、日本の経済に好景気をもたらす反面、物価の高騰と一般市民の生活難を招き、これが大きな社会問題となったため、政府は「暴利取締令」をもって商人の暴利を抑制しようとした。しかし、社会不安は収まらず、1918年末に全国で米騒動が起こった。そこで政府は、6大都市をはじめとする各地で公設小売市場を設けて社会不安の緩和に努力したが、この公設小売市場の機能を十分に発揮させるためには、その元になる中央卸売市場を開設すべきであるという意見が強くなり、これがきっかけとなって中央卸売市場法が制定・公布された。

中央卸売市場法は1923年3月に制定された。これを受けて1927年に京都市が中央卸売市場を開設し、1930年に高知市、1931年に大阪市、横浜市、1932年に神戸市が開設した。

中央卸売市場法は、その後、4回にわたって改正が行われたが、生鮮食料品等の流通事情が大きく変化し、中央卸売市場に関する制度の改善が求められるとともに、中央卸売市場以外の卸売市場についても統一的な法制を整備すべきであるとの要請を受けて、新たに「卸売市場法」(法律第35号)が1971年4月3日公布され、同年7月1日施行された。

2 卸売市場法(1971年)

この法律は、かなり統制色の強いものであった。その主な内容は3点で、第1は、卸売市場の整備を計画的に推進するための措置で、農林大臣が「卸売市場整備基本方針」及び「中央卸売市場整備計画」を定めるとし、また、都道府県知事はこれらに即して、「都道府県卸売市場整備計画」を定めるものとした。第2は、中央卸売市場の開設及び運営のあり方等につき改正を行った。特に、売買取引において適正な価格形成と取引能率の向上を図り、流通秩序を保持する等の見地から、せり又は入札売を原則とし、委託販売の原則とその例外措置について所要の規定を設けた。さらに、卸売の相手方の制限、せり人の登録、仲卸業者の業務の規制等について定めた。第3は、中央卸売市場以外の卸売市場で、その施設が一定規模以上のものを「地方卸売市場」とし、その開設及び卸売の業務は、条例で定めるところにより、都道府県知事の許可を受けなければならないとした。

3 卸売市場法の改正(1999年、2004年)

卸売市場法は、1999年7月に改正され、2000年4月1日に施行された。また2004年にも改正され、6月に施行された。卸売市場を取り巻く環境は大きく変化していた。産地の大型化による発言力の高まりなどで、川上が変化していたし、川下も消費の多様化や量販店など流通チャネルが多様化して、競争が激化していた。その中で、卸や仲卸などの経営が悪化していった。そこで、中央卸売市場の関係業者の経営体質を強化し、中央卸売市場における取引方法を改善し、中央卸売市場を再編し、地方卸売市場を活性化させようと法改正が行われた。

これらの改正の基本は、それまでの統制を基本とした卸売市場のあり方を、時代の変化に合わせて規制を緩和し、効率化を図ろうとするものであった。

法改正の主な内容は、卸売市場における品質管理の高度化、商物一致規制の緩和、卸売業者等の事業活動に関する規制の緩和、卸売市場の再編の促進、仲卸業者に対する財務基準の明確化、取引情報公表の充実である。

重要なのは、まず商物一致規制の緩和である。電子情報通信技術を活用する取引方法により、開設者の承認を受けて卸売を行うときは、市場内に現物を搬入せずに卸売を行うことができるようになった。

次に、卸売業者等の事業活動の自由度を向上させるため、卸売業者等が買付集荷、市場外での販売、機能・サービスに見合った委託手数料の徴収を行うことを可能とするための規制の緩和等が行われた。

さらに、卸売市場の再編を促進する方向を明確にした。流通の広域化や情報化の進展を踏まえ、運営の広域化又は地方卸売市場への転換が必要な中央卸売市場の名称を位置付けた。そして卸売市場の再編を円滑に進めるための手続規定が整備された。

なお、卸売業者の委託手数料等の弾力化については、業務規程で卸売手数料を定めなければならないとする規定が2009年4月に廃止されたため、卸売業者の届出制となった¹⁴。

4 卸売市場法の2018年改正（2020年施行）

1971年に施行された卸売市場法は統制色が強く、各都道府県は中央卸売市場を開設することが義務づけられ、そこで食料品などの適正な価格付けが行われることが求められた。中央卸売市場を開設できるのは都道府県のみで、地方卸売市場は市町に限られた。民間事業者が卸売市場を開設することは認められなかった。その他にも、第3者への販売禁止や直荷引き禁止や商物一致原則など、さまざまな規制があった。制度の硬直性が意識されるにつれ改正が重ねられたが、2016年の構造改革徹底推進会議で国際的な競争力の向上が発議されたことを受け、2018年には3回目の市場法改正が成立した。新たな卸売市場法は、2020年6月21日に施行された¹⁵。それまで83もあった条文が19に削減された。特に大きな変更点は、以下の通りである。

(1) 第3者への販売禁止の廃止

卸売業者が集荷した生鮮食品を、市場内の仲卸業者や売買参加者以外にも販売できるようになった。小規模な飲食店・小売店の仕入れ先はそれまで、仲卸業者のみであったが、仲卸業者を通さず卸売業者から直接購入できるようになり、仕入れコストの削減が可能となった。

(2) 直荷引きの禁止の廃止

これまで原則禁止されていた市場内の仲卸業者と産地との直接のやり取りが可能になった。小規模の仲卸業者でも、卸売市場でなかなか見かけない珍しい食材などを販売できるようになる。さらに、仲卸業者を通じて、飲食店などの要望を産地へダイレクトに伝えられるようになるため、

*14 <https://www.shijo.metro.tokyo.lg.jp/about/enkaku>。2023年5月14日閲覧。

*15 卸売市場法及び食品流通構造改善促進法の一部を改正する法律（2018年法律第62号）、卸売市場法の一部改正2020年6月21日施行、食品流通構造改善促進法の一部改正2020年10月22日施行。

詳細な業態に合わせた食材の調達が実現する可能性が出てきた。

(3) 民間業者も中央卸売市場を開設することが可能となった

卸売市場は大きく分けて、農林水産大臣の認可を得た地方公共団体（都道府県または人口20万人以上の都市）のみが運営できる「中央卸売市場」と、都道府県知事の認可を受けて運営する「地方卸売市場」の2つに分類される。法改正後「中央卸売市場」は、農林水産大臣から認可されれば民間業者でも開設できるようになった。

(4) 商物一致の廃止

仲卸業者が仕入れた食材を、産地から飲食店・小売店へ直送することが可能になった。卸売市場を経由する必要がないため、早ければ、とれた当日に食材が届くことも可能になった。飲食店は、より鮮度の高い食材を使った料理を客に提供できるようになる。

(5) 食品等流通合理化計画

農林水産大臣が認定食品等流通合理化計画に従って行われる中央卸売市場の整備に対し、国は、予算の範囲内において、その費用の4/10以内を補助することが可能となった。

認定を受けた食品等流通合理化計画に対する、株式会社農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）による出資等の支援措置を新設した。しかし、A-FIVEはいわゆる官民ファンドで、その非効率がかねてから指摘されている。

(6) 一方で、市場の関係者からの懸念の声もあった。天候や災害などの影響を受けやすい生鮮食品はこれまで、「たくさん生産された物は安値で、少量しかとれない物は高値に」と、需要と供給のバランスを保ちながら価格が設定されてきた。しかし、法が改正され、民間業者も中央卸売市場を開設できるようになると、「食材の価格決定の重要な部分を大企業が握り、価格が操作されてしまうなどの問題」を懸念する市場関係者も出てきた。

既得権益が侵害されることを恐れる者もいる。これまでは「卸売業者は生産者のために商品ができる限り高く売る」「仲卸業者は飲食店・小売店のために条件の良い商品ができる限り安く買い付ける」という均衡を保つことで「生産者」と「飲食店・小売店」どちらの側にも、適切な利益が守られると言われてきた。法改正により市場外での流通がこれまで以上に増えると、卸売業者と仲卸業者が維持してきたバランスが崩れてしまう可能性もある（既得権益の侵害）。さらに「卸売市場としての機能が損なわれ、収益が確保できなくなれば、廃業に追い込まれる卸売市場も出てくる」と心配の声もあがった。卸売市場が衰退すれば、仲卸業者の品揃えや目利きに頼っている飲食店・小売店の仕入れにも、大きな影響が及ぶ¹⁶。

これに対し、政府は「農産物の流通の競争を促して販路を広げていくことで、農家の利益をアップさせる」というビジョンを描いた。さらに「規制の緩和により輸送効率を高めることで、流通コストが削減できる」ことも期待した。また民間業者が中央卸売市場を開設すれば、卸売市場業界の活性化につながることもした。

たしかに、卸売市場法が制定された1970年代と比べて、2020年は、食材の鮮度を保持する技

*16 日本経済新聞 2021年6月25日「改正卸売市場法・施行1年」。

術が格段に向上しているほか、飲食店や消費者などがオンラインで生産者と取引できるサービスも登場している。流通環境は著しく変化しており、既得権益にこだわることは、流通のデジタル化に遅れることにもなる。卸売業者も仲卸売業者も、この変化に対応していくことが求められている。

6 食肉卸売市場・東京都の芝浦と場の例

食肉市場の卸売市場は、上に述べた卸売市場とはずいぶん異なっている。最大の特徴は和牛の場合に、生体で産地食肉センターまたは消費地のと畜場（食肉卸売市場）に送られることと、個体差がとて大きいことである^{*17}。東京都が開設している「芝浦と場」と呼ばれる食肉市場を見てみる。ここには、と畜場の施設があり、全国各地から運ばれてきた牛や豚は、ここで枝肉などになる。運ばれてきた牛や豚は、1頭ずつ検査をして、健康な牛や豚だけが製品となる。

枝肉は2分割される。枝肉、内臓は食用になり、皮は靴やカバンなどの製品として生まれ変わる。骨も骨粉として肥料になる。

と場で作られた枝肉は、食肉市場で売り手の卸売業者と、買い手の仲卸業者や売買参加者の間で、セリ値表示装置を用いた「機械ゼリ」という方法で売買される。買い手の仲卸業者たちは、買った枝肉から骨や脂身をとって精肉とし、小売店の肉屋に売る。

東京都の食肉卸売市場は、都に11か所ある中央卸売市場の中で、唯一、肉を取り扱う市場である。取扱高は、食肉市場として全国一の規模である。主に牛と豚の枝肉や内臓等を生産すると場と、これらの製品を取引する市場の2つの部門から成り立つ。

東京のと場の歴史は、1867年に中川屋嘉兵衛が現在の白金に、当時高輪にあった英国公使館に肉を納めるため、と場を造ったのが始まりとされている。その後、1869年に築地に公営のと場が開かれ、都内各地に私営のと場も開設された。これらのと場は、衛生的に不備な点が多く、流通過程が不明朗で価格も不安定であったことから、1936年12月、東京市は現在地に、市営のと場と家畜市場を開設した。これに合わせて、民営のと場は廃止された。

戦後、食生活の洋風化が進むにつれ、肉類の消費が増大した。しかし、枝肉の取引世界では、いわゆる「そでの下取引」が行われ、公正さに問題があるとの指摘が各方面からなされた。1966年12月、中央卸売市場法に基づく「食肉市場」を開設し、せりによる公正・明朗な取引が行われるようになり、現在に至っている（前述）。

東京へは、全国から国産の銘柄牛や銘柄豚が集まってくる。特に、牛については和牛を主体として、北関東や東北地方を中心に、鹿児島から北海道まで、生産者から牛が搬送されてくる。ただし、ブランド和牛は、それぞれの産地の近くの卸売市場に出荷される。

東京市場の取引価格は、全国の食肉取引の目安となる。この価格は「建値」と言われる。東京市場は「建値市場」と呼ばれる。

食肉市場では、食肉の衛生管理を最も重視しており、HACCP（Hazard Analysis Critical

*17 どの血統の凍結精子を使用したかで、価格は大きく変化する。

Control Point) システムに基づく衛生管理を 2018 年度から開始している。このほか、BSE 対策や O157 対策など、衛生管理体制を徹底している。2010 年 6 月からは、中国のマカオへの牛肉輸出が始まり、現在、タイ、ベトナムなどへも牛肉輸出を行っている（前出の注 5 による）。

7 食用肉の流通

畜産の中では、牛肉は鶏と異なり、国内生産よりも輸入の方が多くを占める。2019 年度の枝肉で比較すると国内生産の 47 万トンに対し、輸入は 89 万トンに達する（日本国勢図会 22/23 年版、162 頁）。なお輸入肉は枝肉ではなく部分肉フルセットや部分肉パーツで仕入れられる。表 3 は、それらを枝肉換算したものである。

表 3 肉類供給量 2019 年度 (1000 トン)

	枝肉					国民 1 人当たり 年間 (kg)
	生産	輸入	輸出	国内消費仕向量	肉量	
牛	471	890	6	1339	824	6.5
豚	1290	1400	2	2626	1615	12.8
鶏	1632	916	9	2537	1759	13.9
その他	5	48	0	52	28	0.2
総計	3399	3255	17	6556	4228	33.5

「日本国勢図会」2022/23 年版 162 頁。

1 差額関税制度

豚肉の輸入は現在、大きな問題を抱えている。差額関税制度である。1971 年に貿易自由化が実施された際、外国から安価な豚肉が輸入されて供給過剰になるのを防ぐためとして設けられた。また、逆に供給不足によって価格が高騰するのを防止するためともされたが、これは名目に過ぎない。1994 年のウルグアイラウンド合意以降は、WTO 条約（農業協定）で禁止された非関税障壁の一つである「最低輸入価格制度」と見なされるため、WTO 加盟国の中では日本の豚肉輸入以外に、このような制度は存在しない。

基準輸入価格を 546.53 円 /kg、分岐点価格（ゲートプライス）を 524 円 /kg に設定し、輸入価格が分岐点価格より低い場合には基準輸入価格との差額が課税される。例えば輸入価格が 270 円 /kg の場合には、課税額は 276.53 円 /kg の差額関税になり、仕入れ価格を超える関税額となる。分岐点以上の輸入豚肉に対しては、4.3 パーセントの低い従価税が課せられる。例えばイベリコ豚など 1000 円 /kg の輸入価格の場合には 43 円 /kg の関税になる。一般に分岐点価格以下の輸入豚肉にはハム、ソーセージ、餃子・チャーシューなどの材料が想定される。分岐点価格以上の輸入豚肉にはロース、ヒレなど部位やイベリコ豚などの高価な豚が想定される。

ところが、実際の一般的な豚肉の輸入では、輸入業者はそのほとんどにおいて、コンビネーショ

ン輸入という「高い豚肉と安い豚肉を組み合わせる最も関税の安い分岐点価格に近い価格で輸入申告する」という節税輸入を行っている。また輸入豚肉の卸業者やユーザーも上位と下位を分岐点価格のセットで買うために、実態として個別に税金が適用されることはほとんどない。通関統計によると、為替の変動や海外の豚肉相場の変動にもかかわらず、制度が始まった1971年から50年以上にわたって日本に輸入されているほとんどの豚肉価格が、ヒレ肉・ロース肉も、こま切れ・ミンチ用加工原料肉も、同じ価格すなわち分岐点価格（現行524円/kg）に近い値で推移している。従って高率関税である差額関税が徴収された実績はほとんどない。この点に関し専門家のみならず一部の生産者のあいだでも、同制度は最初から全く機能しないザル法ではないかと指摘されてきた。

これに対し、農林水産省は「豚肉の差額関税制度は、輸入品の価格が低いときは基準輸入価格に満たない部分を関税として徴収して国内養豚農家を保護する一方、価格が高いときには低率な従価税を適用することにより関税負担を軽減し消費者の利益を図る、という仕組みになっており、需要者と国内生産者のバランスを図る上で重要な制度である」として、豚肉相場の低迷時には国内養豚家の保護、高騰時には消費者の利益を図ると説明してきた。

しかし、目的と現実が大きくかけ離れ、豚肉相場とは関係なく「一般家庭向けの低価格の豚肉（バラやこま切れなど）には高率関税」、「イベリコ豚など高級豚肉や高価格の豚肉（ヒレ・ロースなど）には低率関税」となっており、結果的に安価な部位を購入する消費者には高負担、高級部位を購入する消費者には有利な制度となっている。

また、海外の豚肉輸出企業にとって、輸出価格を高くすれば日本の関税が低くなるため、対日輸出価格を他国向け輸出価格より高く設定するのが一般的であり、他の豚肉輸入国に対する価格よりも1.5倍以上の高値で日本に輸出している。海外の大手豚肉輸出企業が対日輸出で莫大な利益を上げる一方で、その不当に高いコストを日本の消費者が負担している。従って、現状では海外の豚肉輸出企業から差額関税制度を撤廃せよとの要求は出てこない。この状況は、差額関税制度が続く限り変わることはなく、日本の消費者の負担は増え続けるだけである。

現実には、海外の安い豚肉の価格を水増しし、最も関税の安い分岐点価格に近い価格で購入したと虚偽の申告をおこない、差額関税の脱税をはかるといふ制度の悪用が行われ、このような豚肉は裏ボークと呼ばれている。コンビネーション輸入が節税輸入か脱税輸入かの区別はあいまいであり、そのため制度発足時から豚肉の差額関税を利用した脱税事件がしばしば摘発された。1993年以降の20年間で差額関税を悪用した脱税総額は536億円にも上る。

差額関税制度に関しては、日本の生産者から「農家を守らない差額関税制度をやめて、通常の関税で保護してほしい」という声が出される一方、農林水産省の中でも制度の問題点を指摘する声がある^{*18}。消費者にも生産者にも負担を押しつける制度であり、一刻も早く廃止すべきである。

*18 <https://ja.wikipedia.org/wiki/差額関税制度>、2023年5月8日閲覧。

2 牛肉の輸入

現在の牛肉の国内消費の2/3は輸入肉であるが、ここに至るまでは複雑な経緯があった。戦後の牛肉は主にアメリカから輸入され、数量制限が課せられていた。当時の農林省の外郭団体である畜産振興事業団（現農畜産業振興機構）が輸入を統制していた。輸入牛肉の中ではチルドと呼ばれる冷蔵品が高く売れ、食肉業者はそれを入手しようと競っていた。事業団は、このチルドを食肉を扱う各業界団体に、随意契約で割り当てていた。その結果、1978年には特定の団体が輸入冷蔵牛肉の全体の23.8%を占めるまでになった。この団体は暴力的なおどしを背景に利権を手に入れていた¹⁹。そこで、この不透明な割当の廃止が求められるようになった。

他方、80年代になると、アメリカが日本に対して農産物の市場開放を強く求めるようになり、牛肉については数量制限協定が失効した1988年3月に、数量制限の撤廃を求めてGATTに提訴した。そこで、日本は1988年6月に自由化要求を受け入れて、新しい取り決めが締結された。牛肉は91年4月に数量制限を撤廃して、自由化に伴う関税率を91年度に70%に引き上げ、それを93年度まで10%ずつ引き下げるというものであった。これにより、牛肉の輸入は急増し、安価な輸入牛肉が大量に出回るようになった。

3 BSE 事件

1986年にイギリスでBSEという牛の病気が初めて確認され大きな問題となった。発病した牛は2週間から6ヶ月で死亡するが、感染した牛の脳や脊髄・内臓肉を人間が食べると感染することも明らかになった。潜伏期間は2~8年である。日本でも2001年に千葉県で初めて発生が確認された。2003年12月にはアメリカでもBSEに感染した牛が見つかったため、直ちに牛肉の輸入を停止した。2002年7月にBSE対策特別措置法が制定され、輸入牛肉の全頭検査が義務づけられた。しかし、アメリカからの圧力によってこの日本の基準が適用されないまま、2005年12月に輸入が再開され、2006年1月に再び輸入禁止となった。

日本で2001年9月に千葉でBSEが発見されると、BSE対策として10月18日から全頭検査が開始された。10月18日以降にと畜されるすべての国産牛を検査するとした。そして、それ以前に処理された牛肉については、10月26日から牛肉在庫緊急保管対策事業（国産牛肉買取事業）を始めた。12月14日には、市場隔離牛肉を緊急処分する事業が決定された。保管していたすべての牛肉を焼却処分にするのである。この過程で、特定の団体の不正が浮き彫りになった。

これらの事業は農林水産省の外郭団体である農畜産振興事業団（現農畜産業振興機構）が事業主体となり、事業団が指定した6つの業界団体を通じて、業者から買取申請が行われた。その中のひとつ、委託を受けた全国食肉事業協同組合連合会（全肉連）は約1万2626トンを大阪府同和食肉事業協同組合連合会に売却し、ハンナンなど8つの業者が買い受け、大阪食品流通センターに搬入された。総額290億円の助成金が事業団を通じて支払われた。

この買取事業の不正のチェックはとても甘く、そのためにこの制度は多くの犯罪を引き起こす

*19 しんぶん赤旗取材班『食肉利権に踊った二人のドン』新日本出版社（2005年）95～98頁。

ことになった。2002年1月に抽出検査を始めたが、すぐに牛肉偽装が発覚した。4月25日からは全箱検査が始まったが、ハンナン関連の肉はすべて消却された後であった。しかし、その後の検察の取調の過程でハンナンの犯罪は暴かれる。

浅田満社長らは、2004年4月17日に詐欺罪など複数の容疑で逮捕された。検察は2005年2月15日、大阪地裁で開かれて論告求刑公判でハンナン元会長・浅田満被告に対して詐欺罪、補助金適正化法違反（不正受給）、証拠隠滅教唆罪で懲役12年を求刑した^{*20}。容疑は、2001年から2002年にかけて、BSE対策事業の一環として行われた国産牛肉買い取り事業を悪用して、計約50億3000万円をだまし取ったというものである。

同年12月23日に、史上最高額の20億円という保釈金を払って保釈された。2005年5月11日、1審の大阪地裁は共犯として実弟の浅田暁被告ら5人を詐欺や補助金適正化法違反で執行猶予付きの有罪判決を下した。2005年5月27日、1審の大阪地裁は浅田満被告に対して懲役7年の実刑判決を下した。被告人は控訴した。

2008年3月4日、2審の大阪高裁の控訴審でも1審判決の懲役7年が支持された。被告人は最高裁に上告した。

上告審で、最高裁第2小法廷（古田佑紀裁判長）は2012年2月27日に口頭弁論を開いた。弁護側は全面無罪を、検察側は証拠隠滅教唆罪についてのみ無罪を主張して結審した。4月2日の判決で、発見された書類は複製の可能性が高いとして有罪を維持した2審判決を「重大な事実誤認をした疑いが顕著」として破棄し、大阪高裁に差し戻した。

2013年12月25日、大阪高等裁判所は「証拠隠滅教唆罪については証拠不十分で無罪」として、1審判決を破棄し懲役6年8月の実刑判決を言い渡した。浅田元会長側からの上告に対し、2015年4月8日、最高裁は上告を棄却し、判決が確定した。

この事件では、ハンナン側が証拠を隠滅しようとしなかったことが注目される。彼らは、堂々と不正を行っていた。

4 食肉の流通

牛肉の流通は複雑である。2013年度の公益財団法人・日本食肉流通センターの調査によると、牛肉全体で需要者が仕入れる先は輸入商社が最も多く、28%を占めていた（表3参照）。これに対して卸売市場からの仕入れは、わずか9%に過ぎなかった。しかし、この数字だけでは、流通の実態は見えてこない。輸入業者からの直接仕入れはすべて輸入牛肉（冷凍および冷蔵）であり、そのかなりの部分は産地では消費されないジャパニーズスペックのショートプレートと呼ばれる低価格の肉である。これに対して日本の消費者が高級和牛として求める和牛と交雑牛は事情が大きく異なっている。

高級和牛の場合には個体差が大きく、通常はセットはおろか、枝肉での競りにもからけられない。2013年の調査では、和牛の44%、交雑牛の28%は産地食肉センターから仕入れられ、和牛

*20 前掲書26,27頁。

の19%、交雑牛の29%は食肉卸売市場から仕入れられていた。つまり、食肉卸売市場は国内産の牛肉については今でも重要な役割を担っており、さらに和牛については産地食肉センターが半分近くの比重を占めている。さらに和牛といっても但馬牛とその他の牛では価格が大きく開いており、食肉卸売市場にかけられる枝肉には但馬牛はほとんど含まれていない。

卸売市場でせりかけられる食肉は枝肉であり、すべての部位が含まれている。一方、各地の食肉センターで販売される食肉は部分肉のセットまたはパックが大半である。さらに、食肉おろしと小売商の間では部分肉パックと精肉の取引が多い。

公益財団法人・日本食肉流通センターが2013年度と2018年度に行った「食肉流通実態調査事業報告書」から、流通の状況を詳しく見てみよう。この調査は全国の輸入商社、食肉卸売業者、小売業者、食肉専門小売店、スーパーマーケット、外食・惣菜事業者の全2067社にアンケート調査を行い、うち411社（20%）から回答を得て作成された^{*21}。

(1) 牛肉の卸売の実態 - 2013年度の調査

2013年度の報告では、食肉卸における牛肉の仕入先のうち、和牛の仕入先は産地食肉センター（44%）が最も多く、次いで生産者等（生産者団体、農業生産法人含む）（22%）、食肉卸売市場（19%）、食肉卸（11%）等の順であった。

乳牛の雌に和牛の精子で生産する交雑牛は食肉卸売市場（29%）が最も多く、次いで産地食肉センター（28%）、食肉卸（21%）、生産者等（18%）の順であった。

乳牛は、産地食肉センター（43%）が最も多く、次いで生産者等（24%）、食肉卸（17%）、の順で、食肉卸売市場は10%しかなかった。

輸入牛肉は、輸入商社（51%）、その他（31%）、自社系列農場（10%）等の順であった。なお、「その他」は、自社による原産国パッカーからの直接輸入などである。

表4 2013年度の食肉卸における牛肉の仕入れ先（数字は縦の中の比率）

	牛肉全体	和牛	交雑牛	乳牛	輸入牛肉
食肉卸売市場	9%	19%	29%	10%	0
産地食肉センター	18	44	28	43	0
生産者等	10	22	18	24	0
自社系列農場	7	3	2	4	10
食肉卸	10	11	21	17	7
輸入商社	28	0	0	0	51

食肉卸売市場は価格形成の上で、個別取引の建値を示すという大きな役割を果たすが、牛肉全

*21 公益財団法人・日本食肉流通センター「食肉流通実態調査事業報告書」はインターネットで閲覧可能である。2023年5月15日時点。以下の内容は、この報告書に基づく。

体の中で占める割合は9%しかない。消費量の2/3を占める輸入牛肉は輸入商社から需要者に直接送られるので別としても、国産牛肉については和牛の44%、交雑牛の28%、乳牛の43%が産地食肉センターで取り引きされている。

産地食肉センターは、既存の零細屠畜場の統廃合を進める中で設立された。高度成長期の食肉需要と生産の急増に対応するため、それまでの古い食肉流通の構造改善が求められ、消費地への食肉卸売市場の設置とともに、産地への食肉センターの設置が国の政策として進められた。食肉センターの設置は1960年から当時の農林省の補助事業として始まった。

産地食肉センターが設置される前は、家畜の生体流通に関する技術情報の独占やと畜場の独占的利用に基づいて形成された家畜商と食肉問屋による閉鎖的な流通構造が支配しており、農家は家畜商への庭先販売を余儀なくされていた。

産地食肉センターの設置によって、食肉センターでのと畜と農協を通した枝肉の共同出荷が促進され、閉鎖的で独占的な流通構造は大きく改善された。これにより、それまでの豚肉、牛肉の生体流通から枝肉、部分肉の流通へと大きく転換した。もちろん、冷蔵・輸送技術の発展も大きい。

食肉センターを経由する食肉は、生産者団体や食肉加工業者などによって産地の食肉センターにおいてと畜された後、枝肉から部分肉に処理され、量販店など消費地で販売されるのが代表的な形態である。

なお、産地食肉センターの機能は、設立の経緯や設置時期によって異なる。設置主体は地方公共団体、生産者団体（系統農協）、食肉業者の参加する共同出資の株式会社などである。多くはと畜業務を受託して行う。と畜料を支払うのは出荷者（農家）であり、農協を介して食肉センターに委託する。また、と畜後の枝肉が食肉センターにおいて農協を介して買い主（小売、卸）との間で相対取引されることが多い。この価格も新聞の「日本食肉流通センターの和牛部分肉価格」として表示されるので、厳密に言えば、これは「卸売市場価格」とは異なる。

大型施設では、と畜から部分肉処理加工までの一貫処理を行い、冷蔵施設も持っている。1990年代に入るとHACCP（Hazard Analysis Critical Control Point）システムを導入して衛生管理の強化を図るところが増加した。

(2) 2018年度の調査

2013年度の調査に対して、2018年度の調査では、輸入牛肉の割合が増加した。2018年度の牛肉の推定出回り量は、93万トンで2013年度対比で7.3%増加した。国産牛肉は、33万トンで2013年度対比6.2%の減少であった。うち、和牛は同8.0%の減少、交雑牛は同12.2%の増加、乳牛（その他含む）は同16.3%の減少であった。乳用牛の飼養頭数の減少が継続しているなかで、乳牛生産から交雑牛や和牛へ生産の移行がみられた。和牛の繁殖を増加させようとする農政の意向もあり、和牛雌牛の頭数が増頭に転じたため、と畜頭数は交雑牛を除いて大幅に減少した。ただし、和牛及び交雑牛では1頭当たりの枝肉の重量が増加傾向にあるため、と畜頭数の減少率より、生産量の減少率の方が小さい。

2013年度は、東日本大震災から2年目であり、国産牛の生産及び需要の打撃から、ようやく回復に向けて踏み出したばかりであった。一方、国産牛肉全体の供給が減少するなかで、和牛を中心に2015年度から枝肉取引価格は顕著に上昇し、高値を維持してきた。

その一方で、2018年度の輸入牛肉の推定出回り量は、60万1000トンと2013年度と比べて16.6%の大幅な増加となった。特に輸入チルドは、同32.1%の大幅な増加となり、輸入冷凍についても、同6.4%の増加となった。この結果、輸入牛肉の割合は、2013年度の59.5%から2018年度には64.5%と全体の2/3近くまで増加した。食の外部化が高まりつつあるなか、輸入牛肉の存在感が高まってきた。2018年度の生産量の内訳は次の通りである。

表5 2018年度の生産量

	と畜頭数	生産量(部分肉 ^ペ ース)	構成比
計		95万トン	
国産計	105万頭	33.3万トン	35.5%
和牛	45.5	14.9	15.9
交雑牛	24.8	8.9	9.5
乳牛他	34.8	9.5	10.1
輸入計		62.0万トン	64.5%
チルド		27.9	29.1
冷凍		34.0	35.5

(3) 食肉卸における牛肉の仕入形態

2013年度の調査では、和牛の仕入形態は、枝肉(42.5%)、部分肉フルセット(41.9%)、部分肉パーツ(15.2%)等の順となっていた。交雑牛は、枝肉(46.3%)、部分肉フルセット(28.0%)、部分肉パーツ(25.4%)等の順となっていた。乳牛は、部分肉フルセット(40.2%)が多く、部分肉パーツ(34.9%)、枝肉(24.8%)等の順であった。輸入牛肉は、部分肉パーツ(77.1%)、部分肉フルセット(22.9%)等の順であった。なお、和牛は精肉での仕入割合は0%で、枝肉での仕入が圧倒的であった。

和牛の中でも高価なものは、個体差が大きいために枝肉でのせりにつけられず、生体で取り引きされる。そこでは、各種の和牛共進会が大きな役割を果たしている。全国規模の和牛(黒毛和種牛)の品評会として全国和牛能力共進会がある。全国和牛登録協会(京都市)が主催して、5年に1度、全国持ち回りで開催される。牛の改良の成果を競う「種牛の部」と、牛肉の肉質を競う「肉牛の部」からなり、全国から約500頭の牛が集結する。ここで、高評価を得た個体には数百万円もの価格が付けられる。この他にも県単位での和牛能力共進会が開かれている。

(4) 肉用子牛の取引

和牛の生産農家は繁殖農家と肥育農家に分けられ、その間で肉用子牛の取引が行われる。10

年以上にわたって肉用子牛の取引価格は、全品種で高値が続いている。肉用子牛取引頭数は交雑種で減少傾向にある。子牛は約30kgで出生する。生後3ヵ月で出荷する場合もあるが、多くは9ヵ月前後で出荷し、体重は平均で280kgである。その後、肥育農家で育てられ20ヵ月前後で食肉処理施設に送られる。体重の平均は760kgになる。

肉用子牛取引価格（全国・雌雄平均）の推移を見ると、黒毛和種については、高齢化や後継者不足による繁殖農家の減少により繁殖基盤が縮小しているため、出生頭数の減少などがみられ、2016年度まで上昇傾向で推移した。

黒毛和種の肉用子牛取引価格は、2016年12月に過去最高値となる1頭当たり85万2287円を記録した。2017年度以降は、生産基盤強化対策の実施等により繁殖基盤の回復基調がみられ、価格は落ち着いたが、引き続き高値で推移している。2018年11月は同77万2172円（前年同月比2.3%高）と4ヵ月連続で前年同月を上回った。この要因として、11月の取引頭数が前年同月をわずかに下回ったことに加え、和牛の枝肉卸売価格が8月以降に上昇傾向となっていたことも要因の一つとして挙げられた。

交雑種は、交雑種の肉用子牛取引価格の高騰を受けて、乳用牛への黒毛和種交配率が上昇したことで、出生頭数は増加していた。しかし、2016年度以降、減少に転じたため、取引頭数も減少傾向となっている。11月は、黒毛和種同様に交雑種の枝肉卸売価格が上昇傾向となっていたことから、同44万7539円（同13.3%高）とかなり大きく上昇した。

ホルスタイン種については、酪農家の離農に加え、乳用牛への黒毛和種交配率や乳用性別別精液の普及率の上昇などを背景に、近年は出生頭数が減少傾向で推移している。取引形態は、和牛と異なり、相対取引が多く、市場出荷頭数はゆるやかに減少している。

ホルスタイン種は、出生頭数の減少を受け、2015年12月に同25万1787円まで上昇した後、弱含みで推移したものの、2016年9月を底に再び上昇し、2018年11月は同26万4147円（同10.3%高）と過去最高の価格となった。

2018年12月13日に開催された「食料・農業・農村政策審議会畜産部会」において、畜産物価格等の算定について諮問・答申が行われ、2019年度の畜産物価格等が決定した。このうち、肉用子牛の保証基準価格については、TPP協定発効に合わせ、TPP大綱において現在の経営の実情に即したものに引き直すこととされ、黒毛和種で現行1頭当たり34万1000円から53万1000円に、乳用種で同14万1000円から16万1000円に、交雑種で同21万6000円から26万9000円と、それぞれ引き上げられた。また、合理化目標価格についても黒毛和種で現行1頭当たり28万4000円から42万1000円に、乳用種で同9万8000円から10万8000円に、交雑種で同15万8000円から21万2000円と、それぞれ引き上げられた。

8 食肉卸売業者

1 卸売業者の仕入れ状況の変化

大手食肉卸（以下、大手卸）の牛肉の仕入状況は2013年度と2018年度の調査結果で次のように変化した。

国産食肉での大手卸の取扱量シェアは増加した。交雑牛・和牛肉の大手卸のシェアは乳牛肉よりは低い。国産牛肉の仕入先割合は、産地食肉センターが5割強、食肉卸売市場、自社系列農場の順に多いが、2013年と比べて2018年は、自社系列農場からの割合が増加し、産地食肉センターの割合が減少した。

交雑牛、和牛、乳牛肉の順で、枝肉での仕入割合が多く、前回と比べ、いずれも増加した。和牛、交雑牛、乳牛肉の順で、部分肉パーツの仕入割合が少なく、2013年と比べていずれも減少した。精肉での仕入割合は、乳牛で3%、交雑牛で1%と、少ない割合ではあるが、前回より増加した。和牛は今回も0%である。

輸入牛肉の仕入形態は、部分肉フルセットが減少し、部分肉パーツが増加し、精肉は今回も0%である。なお、仕入れ先は、日本の食肉業者の直営農場の他に、アメリカやオーストラリアのミートパッカーと呼ばれる大手の食肉業者が多い^{*22}。

国産食肉の仕入れでは、牛肉の場合、枝肉取引価格を参考とする割合は100%であった。

以上の変化に対して、日本食肉流通センター（JMTC）は次のように分析した。

国内の中小食肉卸売業社数が減少傾向にあるため、大手卸の国産食肉の取扱量シェアが高まっている。ただし、食肉卸売市場でのと畜割合が依然として多い交雑牛・和牛肉の大手卸の取扱量シェアは、産地食肉センターでのと畜割合の多い乳牛のものより低い。

国内の牛・豚肉の生産量が減少してきた中、将来の国産食肉の確保、生産段階から差別化できる食肉の生産や系列のと畜場の稼働率の維持向上のため、大手卸は、離農した畜産農家の跡地等に投資して系列農場化する動きを見せており、そこからの仕入れが増加しているのと思われる。

養牛より養豚の方が、投資資本の回収期間が短いことなどから、自社系列農場からの仕入割合は国産豚肉の方が国産牛肉よりも多いと見られる。

枝肉取引がほとんどの食肉卸売市場で、と畜割合が交雑牛、和牛の順で多いことや、自社系列農場からの仕入割合が多くなったことから、枝肉での仕入れが多くなる一方で、部分肉での仕入れが減少したとみられる。

大手卸でも食肉加工処理人材が不足しているため、単価の安い乳牛では加工コストを抑えるために精肉での仕入れが多い。

大手卸は、卸売市場以外の自社系列農場やその他の国産食肉の仕入取引においても、枝肉を

*22 ミートパッカー（meat packer）とは、アメリカやオーストラリア、カナダなどで、食肉産業に携わる企業のことである。これらの国々では食肉産業が主要な産業と位置づけられている。パッカーの業務は、家畜の飼育、と殺、解体、加工、流通と広範囲にわたっている。特に、加工業務は多岐にわたっており、カット肉、ハム、ソーセージの加工、缶詰、冷凍食品まで扱うのが普通である。

ベースとした価格を採用しているとみられる。

フルセットでの購入を要求されることが多い豪州産牛肉の輸入シェアは前回より減少した。そのため、輸入牛肉のフルセット仕入割合が減少し、部分肉パーツが増加した。

2013年度には上昇傾向にあった枝肉価格が、2018年度の調査期間ではやや軟調気味であったため、仕入れに際し卸売業者は長期の契約に応じやすかったのではないと思われる。主要な販売先であるスーパーマーケットや外食・給食等から、なるべく長期での安定した価格での納入を要求されるため、仕入れの段階から長期の仕入価格の適用期間を志向している結果ではないと思われる。自社系列農場との取引では、長期間の価格契約は、農場の経営安定に貢献していると思われる。

中小食肉卸（以下、中小卸）の仕入状況は大手とはかなり異なっている。中小卸全体で、国産牛・豚肉の取扱量が減少する一方、輸入牛・豚肉の取扱量が増加した。これは国産牛の取引において、大手のシェアが一層高まっていることを示している。国産牛肉の仕入先割合は、食肉卸売市場が最も多いものの、前回と比べ、減少しており、生産者等からの割合が増加し、乳牛肉では大手卸からの割合が増加している。

輸入牛・豚肉の仕入先割合では、輸入商社からの割合が減少し、自社による直接輸入等のその他の割合が増加している。

国産牛肉の仕入時の状態では、大手卸とは逆に、枝肉の仕入割合が減少し、部分肉パーツでの仕入割合が総じて増加している。大手卸においては、仕入部分肉の規格で、ノーマル規格より分割部位数が多い小割規格での仕入れが以前から普及していたが、中小卸でも、小割規格での割合が増加した。しかしまだ、大手卸ほど多くはない。

輸入牛肉の仕入時の状態は、前回と同様、部分肉パーツが90%超、輸入豚肉は前回わずかにあったフルセットがなくなり、パーツが100%となった。

国産食肉の仕入れの際、参考指標とする割合で、枝肉取引価格が減少した。

日本食肉流通センター（JMTC）は、国内での食肉生産量が減少する中で市場卸売価格が高値で推移し、中小卸は購買力を低下させているとみる。そこで、国産食肉の仕入減少を補うため、輸入食肉の仕入れを増加させているとみた。また、食肉卸売市場での取引量が減少しているので、国産食肉を確保するため、生産者等と提携した取り組みを行う事業者が増加しているとみた。独自の入手が困難な乳牛肉では、大手卸に依存していると思われる。中小卸でも、枝肉から加工処理できる人材が不足しているため、枝肉の仕入割合を減少させ、部分肉パーツの仕入割合を増加させている。

2 卸売業者の牛肉の販売状況

大手卸も中小卸も、国産牛肉では、単価の高い和牛、交雑牛、乳牛の順で、食肉卸間の仲間取引の割合が多い傾向が続いている。

大手卸の最大の販売先であるスーパーへの販売割合は、前回と比べ、和牛・乳牛肉で減少し、

交雑牛肉が増加している。輸入牛肉は減少しているものの、輸入チルドでは50%超ある。和牛・乳牛肉は生産量が減少しているので販売実量がさらに大幅に減少しており、交雑牛肉は生産量が増加しているため販売実量が大きく増加し、牛肉輸入量が大幅に増加しているため、輸入牛肉の販売実量がさらに大幅に増加している。

焼肉店への販売割合が牛肉で増加している。専門小売店への販売割合は、国産牛肉では7～15%あるが、輸入牛肉では2～4%と前回と比べ減少している。

すべての国産牛肉で、部分肉パーツでの販売割合を増加させ、輸入牛肉では精肉での販売を19%行っている。国産牛肉及び豚肉では精肉での販売はない。販売価格の適用期間は、長期化の傾向にある。

中小卸では、大手卸と比べ、食肉卸との仲間取引の割合がより多い。国産牛肉の販売実量は減少しているが、和牛・交雑牛肉のスーパーへの販売割合を増加させ、乳牛肉では割合が減少している。輸入チルド牛・豚肉では、販売割合を増加させるとともに、販売実量も増加させている。

和牛・交雑牛肉は部分肉パーツ割合を増加させ、精肉での販売割合は、乳牛では25%に、輸入牛肉では18%に増加させ、輸入豚肉では7%に減少させている。輸入牛肉の販売価格の適用期間は、長期化の傾向にある。

3 食肉卸における食肉流通上の課題

日本食肉流通センター（JMTC）は2013年度から2018年度への変化を見て、食肉流通上の課題を次の5点にまとめた。

- ① 食肉卸売業が、販売先であるスーパー等から、精肉のアウトパック、一次化加工品を受託加工する割合が、直近5年間で増加している。大手卸の方が、中小卸よりその割合が多い。
- ② 販売する部分肉の形態割合では、直近5年間で、フルセットが減少し、パーツ、小割規格が増加しており、上記と同様、大手卸の方がその割合が多い。
- ③ 中小卸の業務の外部委託が増えている。部分肉・精肉加工や配送を、外部委託する割合が増加している。
- ④ 国産食肉で冷蔵から凍結した商品（チルフロ）の販売が拡大している。直近5年間で、回答139社の30%がチルフロが増えたと回答した。
- ⑤ 輸入冷凍豚肉がテーブルミートとして需要が拡大する可能性がある。大手4社が全社可能性ありと回答したが、中小卸は回答121社の中で、56%が可能性ありと回答した。テーブルミートとは加工品（ハム、ソーセージ、缶詰、冷凍食品など）以外の食肉で、すぐ調理できるようにカット、スライスされ、食肉店、量販店で販売される精肉のことである。

9 牛肉の需給と価格の変化

国内消費の2/3が輸入肉ということは、日本人の食生活にとって影響が大きいのは輸入肉の需給と価格の変化である。和牛と交雑牛も1/3を占めているので、その需給と価格の変化も無視で

きないが、こちらの方は高級料理店やインバウンド向けの消費が大きく、販売も専門店や産地の直売の比重が大きい。

1 輸入牛肉の需給と価格の変化

(1) 輸入牛肉の価格

輸入肉の場合には輸入商社から需要者に直接販売される場合が多く、次いで海外のミートパッカーから国内の食肉加工業者やスーパーが直接購入することが多い。これらの場合には相対で価格交渉が行われる。輸入業者と需要者側の間で和牛や交雑牛の価格を超えない範囲で価格が決められる。

日本の中で消費される輸入牛肉は国内産の牛肉の約2倍もある。輸入牛肉にも木材と同じような誤った理解が流れていた。「安い外国産に押されて、高価な国産が売れなくなった」というものである^{*23}。しかし、輸入牛肉の中には和牛に劣らず高品質で価格の安くない物もある。牛肉は品質によって価格に大きな差があるため、輸入肉でもアメリカ産の冷凍テンダーロイン（189A規格）やステーキ用チルド（189A規格）の場合にはA4、A5規格の和牛（枝肉）にも劣らない価格となる。

日本経済新聞2023年5月9日に掲載された輸入生鮮の記事を見ると、輸入業者から大口需要家に引き渡される輸入牛肉の価格は、アメリカ産の冷凍テンダーロイン（189A規格）が1kg当たり3800-4000円（東京および大阪）で、チルド（ステーキ用、189A規格）も同額である。冷凍のリブアイロールが2900-3000円/kgでチルドのステーキ用が2700-2800円/kgである。この日に掲載された東京食肉卸売市場での和牛雌Aの等級5の価格（枝肉5月8日）が2656円/kgであるのと比較すれば、アメリカ産テンダーロインやリブアイロールがいかに高いか分かる。ただし、テンダーロインやリブアイロールというのは部分肉の名称で、東京食肉卸売市場で競りにかけられているのは枝肉であるから単純比較はできない。

5月9日に掲載された日本食肉流通センターでの和牛部分肉の取引（肉質等級A4）を見ると、ヒレは8317円/kg（取引量1.9t）、ロインは価格が公表されず、取引量はわずか700kg、セットが4668円/kg（同16.9t）となっており、アメリカ産テンダーロインやリブアイロールよりも高い。和牛のロインについては、珍しく価格が公表された3月15日の食肉流通センターでの価格が5638円/kg（取引量2.2t）であるから、アメリカ産テンダーロインやリブアイロールよりもかなり高い。

外食産業で提供されたり、スーパーの安売りで扱われるのが、日本向け仕様のアメリカ産ショートプレート（冷凍）で、5月8日時点で800-850円/kg（輸入生鮮・大口需要家渡し）である。この部位は生産国では消費されない。

これに対して、手頃な価格帯で高級な輸入牛として人気があるのが、焼き肉用のチャックショー

*23 木材については、拙稿「国産材の利用の拡大と林業の発展のために」『京都府立大学学術報告・公共政策12号』（2021年）所収参照。

トリブ（チルド）で価格は2200-2250円/kg、オーストラリア産カウミート（冷凍）が1000-1100円/kg、チルドビーフ・フルセットが1000-1100円/kg、アメリカ産ハンギングテンダー（内臓・冷凍）が1100-1200円/kgである（日経23年5月9日掲載の輸入生鮮）。

(2) 2020年夏までは価格が低下

2018年には中国は日本の1.7倍の牛肉を輸入し、その大半をオーストラリアが担っていた。オーストラリアの日本向け牛肉輸出は少しずつ減り、2018年は28万トンであったが、中国向けは30万トンに達していた。それが中国の消費低迷で日本に向かうことになった。牛肉はTPPでセーフガードを設けているが、19年度の数量上限（発動する基準）は約60万トンもあった（日本経済新聞2020年2月19日）。

2020年の始めまではオーストラリア産牛肉の価格は高値が続いていた。ところが、20年に入ると価格が下がり始めた。オーストラリア産牛バラ肉の国内卸値は8月に600円/kg前後と前月比で8%下がった。近年は中国の爆買いで需給が逼迫し、750円/kg前後が続いていたが、年初から下がり始めた。

中国のオーストラリア産牛肉の輸入量は19年度に日本を抜き世界一となった。ところが、20年4月に中国とオーストラリアの関係が悪化したため、中国はオーストラリアからの食肉輸入を一部停止して、ブラジルからの輸入に切り替えた。その結果、6月のオーストラリアから中国への輸出量は1万7000トンと前年同月比で25%も減った。一方、ブラジルから中国への冷凍牛肉の輸出量は7月が8万7000トンと前年同月と比べて3倍に急増した。20年7-9月ごろの590円/kgが輸入牛肉の最安値であった。

日本に入ってくるオーストラリア産牛肉の価格は下がったが、それが輸入量の増加にはつながらなかった。日本では高値が続いたオーストラリア産からアメリカやカナダ産への切り替えが進んだ。消費者も穀物肥育で適度に脂肪のあるアメリカ産牛肉を好む傾向が強い。20年1月に日米貿易協定が発効し、それまで38.5%だったアメリカ産牛肉の関税は25.8%まで下がり、これまで先行していた日本オーストラリアEPAやTPP11との関税差はほとんどなくなった。競合するアメリカ産牛バラ肉の国内卸値は8月時点で590円/kg前後にまで下がった。

輸入肉の価格が下がっても、量の拡大に繋がらなかったのは、新型コロナの感染拡大のせいだった。輸入牛肉は外食産業で多く使われているが、外食需要は大きく縮み、牛肉の在庫が拡大した。農畜産業振興機構によると、20年6月末の牛肉在庫量は16万6000トンと過去最高の水準に達した（日本経済新聞2020年8月20日）。

財務省の貿易統計によると2020年4-9月の牛肉の総輸入量は31万4000トンと前年同期より4.8%減った。輸入量首位のオーストラリアが12.9%減、3位のカナダが22.6%減だったが、2位のアメリカは4.4%増えた。4-9月の輸入シェアでもアメリカは42.7%と19年より3.8ポイント上昇した。アメリカにシフトしたのは食肉の供給が安定していることもある。2019年の牛肉生産量はアメリカが1238万1000トンであるのに対し、オーストラリアは約235万トン、カナダは

約134万トンに過ぎない（日本は約47万トン）。

農畜産業振興機構によると、オーストラリア産牛バラ肉（冷凍）の卸値は10月中旬時点で670円/kg前後で、前年同月より7%ほど低いが、アメリカ産牛バラ肉（冷凍）の卸値は625円/kg前後で、オーストラリア産より7%ほど安い（日本経済新聞2020年11月5日）。そのアメリカ産牛バラ肉（ショートプレート）も9月から段階的に値上がりした。原因は今まで主に日本人しか食べなかった牛バラ肉を中国や韓国の人々も食べるようになってきたからである。アメリカ産ショートプレート（冷凍、大口需要家渡し）は11月中旬、655円/kg前後となり前年同期比で2%高くなった（日本経済新聞2020年11月17日）。

その後もアメリカ産ショートプレートは値上がりを続け、21年3月には2年ぶりの高値となった。中国や韓国での需要増だけでなく、アメリカからの入船の遅れも重なった。ショートプレートの卸値は730円/kg前後となり、20年7~9月の安値（590円前後）から24%も高くなった。

アジアでは内食需要の高まりからアメリカ産牛肉の消費が拡大した。中国税関総署によると、中国の20年の牛肉輸入量は212万トンと19年の166万トンから46万トン（28%）も増えた。この増加量は日本での年間の総生産量に匹敵する。

財務省によると2020年度のアメリカ産牛肉の輸入量は21年2月下旬までに23万3112トンとなり、日米貿易協定によるセーフガード（緊急輸入制限）の発動基準数量（20年度は24万2000トン）に近づいた。3月18日に基準数量を超えるが、発動されると関税率は公表日の翌日から30日間、25.8%から38.5%に跳ね上がる（日本経済新聞2021年3月9日）。

(3) ミートショック

21年3月以降もアメリカ産牛肉の価格は高騰し、ミートショックの様子を呈してきた。4月に入るとアメリカ産ショートプレートの卸値は930円/kg前後と2015年2月上旬以来の高値となり、前年同期比で5割も高くなった。国際的な需給の逼迫で国内の卸値は20年の秋から断続的に上昇した。アメリカ西海岸地域の主要な港湾都市、カリフォルニア州のロングビーチでは防疫を目的にした作業員の隔離措置により、コンテナ船への船積み作業が慢性的に遅れた。他方で、中国や韓国などでは内食向けにアメリカ産牛バラ肉の需要が高まった。その結果、アメリカ産牛バラ肉の調達をめぐってアジア各国で奪い合いとなり、契約は半年先まで埋まり、日本には品物が全然入ってこない状態となった。

同じアメリカ産でもステーキ向けのテンダーロインなどは消費が振るわず20年の春から安値が続いた。安価な牛バラ肉だけに人気が集まった。アメリカ産の高騰は他国産の牛バラ肉にも波及した。農畜産業振興機構によると、オーストラリア産牛バラ肉（ナーベルエンドブリスケット）の4月初旬時点の卸値（速報値）は805円/kg前後と1ヵ月前より5%も高くなった（日本経済新聞2021年4月6日）。

その後も輸入肉の値上がりは止まらなかった。21年5月時点でアメリカ産ショートプレートの卸値は1050円/kg前後となり、3月上旬と比べて43%も値上がりした。中国向けの輸出は20

年には前年比3.7倍に増えた。オーストラリア産にも波及し、ハンバーグの挽肉などに使うオーストラリア産カウミート（冷凍）の卸値は5月下旬時点で790円/kg前後となり、3月上旬より2割高くなった。この結果、輸入豚肉も値上がりし、鶏肉価格も上昇した（日本経済新聞2021年5月26日）。

アメリカ産の輸入牛肉の価格は上がり続け、8月には6年ぶりの高値になった。原因は依然として中国や韓国のショートプレートに対する需要の増加である。アメリカから各国への1~5月の牛肉輸出量は中国向けが前年同期比で13倍、韓国向けは同24%増えた。一方日本向けは同7%減った。中国や韓国はこれまでウデやモモが多かったが、調達量を確保する中でバラ肉も増やした。日本は関税率を21年度に25%に下げたが、中国や韓国の関税率はもっと低い（日本経済新聞2021年8月17日）。

年末に向けて輸入牛肉は一段と値上がった。農畜産業振興機構によると、アメリカ産牛肉はCOVID-19（新型コロナウイルス感染症）からの景気回復が進んだアメリカでの消費の高まりと、中国向けの需要が高まり、1~6月の中国向け輸出量は前年同期比約11.7倍となり、アメリカでの価格は前年同期比5割の値上げとなった。日本の輸入商社の買い負けが鮮明となり、アメリカの1~6月の対日輸出量は前年同期比で4.6%減った。アメリカ産ショートプレートは冷凍・大口需要家渡しの卸値が1075円/kg前後と20年夏の安値（590円/kg前後）から2倍近い水準で高止まりした（日本経済新聞2021年10月16日）。これが、いままでのところ、アメリカ産ショートプレートの最高値である。2022年に入った当初は値が下がらなかったが、22年夏頃から下がりが始め、9月中旬になると入るとショートプレートの価格は大きく下落した。

(4) 消費の減少と供給不安

アメリカ産ショートプレートの卸値は22年9月中旬には825円/kg前後となり、7月上旬からの下げ幅は15%に達した。2021年のアメリカ産牛肉の輸入量23万2835トンのうち約66%がバラ肉だった。このバラ肉は韓国や中国でも消費が拡大していたが、中国では6月に上海市でロックダウンが解除された後も、地方都市では封鎖が続き、産業活動の停滞で消費が伸びなかった。韓国も物価高が進み、焼き肉向けなどの引き合いが鈍った。農畜産業振興機構によると7月末の輸入牛肉の国内在庫量は、13万7347トンと前年同月比17.6%増えた。ステーキに使う高級部位の肉は依然として高止まりが続いていた（日本経済新聞2022年9月22日）。

農畜産業振興機構によると23年1月末の食肉の推定在庫量は前年同月比9.7%多い53万5197トンだった。10ヵ月連続で前年を上回った。牛肉の在庫量は15.4%増の15万5229トンだった。輸入品が18.1%増えた。高値が続く輸入牛肉は外食店だけでなく小売店での販売も振るわなかった。都内の食肉事業者は「外食店は人手不足でフル営業できず、食肉の販売が想定ほど伸びない」と話した（日本経済新聞2023年3月9日）。

アメリカでは2022年から牛肉の供給不安が高まった。長引く干ばつの影響でウシのエサになる牧草が慢性的に不足し、畜産農家が生産頭数を減らした。先物相場は上昇が止まらず、およそ

8年ぶりの高値水準となった。シカゴ・マーカントイル取引所（CME）では食肉に加工される生牛の先物価格が1ポンド165セント近辺（509円/kg、1ドル140円換算）となり、前年の同時期より25セントほど上がり、干ばつだった2015年春以来の高値となった。エサの消費量を抑えるためにウシが十分に育つ前に出荷してしまう畜産農家が目立ち、飼育規模が縮小し、23年1月時点で飼育頭数は前年から3%減の約9000万頭になった。出荷時期を早めたことでサイズも小型となり、枝肉は1月時点で1頭あたり375kgであった。

2021年の牛肉の主な生産地と生産量は枝肉換算で、アメリカが1273万トン、ブラジルが975万トン、中国が698万トン、EUが687万トン、インドが420万トン、アルゼンチンが300万トン、オーストラリアが235万トンであった（日本経済新聞2023年4月11日）^{*24}。

輸入牛肉と豚肉の店頭価格は上昇を続けた。総務省の小売物価統計調査によると、東京都区部の23年3月時点の店頭価格は輸入牛肉が317円/100gで1年間で10%値上がりした（日本経済新聞2023年4月19日）。

食肉市場で供給への懸念が拡大した。世界的なミートショックに直面した。ヨーロッパでは家畜伝染病のアフリカ豚熱（ASF）が広がっていた。ヨーロッパで豚肉の価格が上がり、生産量は22年に前年比で5.6%減り、14年以来の水準となった。アメリカではCMEで食肉に加工される生牛の先物価格が1ポンド170セントを超え過去最高値をつけた。鳥インフルエンザも世界中で猛威を振るっていた。23年になって、これまで鳥インフルエンザの感染報告のなかった南米でも確認された。農林水産省は23年2月にアルゼンチンとコスタリカ、3月にはチリからの鶏肉の輸入を停止した（日本経済新聞2023年5月12日）。

2 和牛の需給と価格の変化（COVID-19前）

和牛のロインは、わずかな量しか流通しておらず、あっても、その小売価格は100グラム2000円を超え、消費者が購入するには勇気が要る。消費者の多くが口にする牛肉は、高価な和牛ではなく、通常は輸入肉である。それでもハレの日には和牛を食べたいと思う。ロインはきわめて高価なので、肩ロースやモモ肉、切り落としなどが人気がある。それでも100グラム1000円程度はする。切り落としは700円/100gであるが、めったに手に入らない。そこで、より安価な交雑牛が人気がある。乳牛も消費されるが、こちらは輸入冷凍テンダーロインやステーキ用輸入チルドよりも安価である。

生産者から消費者への和牛の流通経路は複雑である。生産者から集荷業者に集められた生体は、卸売市場に近接すると畜場で枝肉に処理され、卸売市場で入札にかけられる。さらに、部位に分けられた食肉は食肉センターで入札にかけられ取引される。この他にブランド物の高価な和牛は生体のまま産地の食肉流通センターの近くで入札にかけられる。この場合には、体格や毛並みなどが評価の基準となるが、いずれの場合も、決定的なのは血統であって、優れた血統の子牛や凍結精子はきわめて高額で取り引きされる。最近では和牛よりも安価な交雑牛の人気が高まっている

*24 オーストラリアは2019年。『世界国勢図会』33版、210頁。

る。さらに、乳牛でもヒレ、ロイン、肩ロースはかなり高い値で取り引きされる。

黒毛和牛の価格は2015年ころから上がり続け、A5の卸値は2016~18年度に2800円/kg前後まで高騰した。2019年にはインバウンド需要が過去最高となり、肉牛相場は10年前と比べて平均で3~4割も高値で推移した。肉用子牛も2倍近くに値上がりした。このため、肥育農家の負担は増加した。また、酪農家の経営にも変化が生じた。北海道の酪農家の談話では、子牛の9割が交雑牛となり、交雑牛の相場の上昇が経営を支えてきた。農林水産省によると2018年の酪農家の収入に占める子牛販売の割合は17%に達した。この10年で9ポイントほど高まった。主力を肉用子牛に移した酪農家もかなりいたと千葉県酪農家は語る。

黒毛和牛は枝肉相場の高値が2019年の春ごろまで続いたことで国内の消費が落ち込んでいた。その結果、20年1月の東京卸売市場でのA4去勢牛の枝肉は前年同月比で8.1%下がり、7ヵ月連続で前年割れとなった。高い価格で子牛を仕入れている肥育農家の収入は大きく減少した。

一方で子牛の供給は増加していた。2019年下半期の黒毛和種の取引頭数は15万5000頭と前年同期比で0.7%増えた。子牛相場の高値が続いていることで繁殖農家の増産意欲が高まっていた。さらに、技術進歩によって乳用牛に和牛の受精卵を移植することも増えていた。

この状況をCOVID-19が一変させた。2020年に中国での牛肉の消費が落ち込み、その結果、オーストラリア産の牛肉の価格が低下した。国内でも牛肉の消費は停滞し、和牛の肉相場は値下がりした。そのため、肥育農家の子牛購入意欲は低下し、黒毛和牛の子牛価格も下落した。農畜産業振興機構によると2020年1月の黒毛和種の子牛平均価格は1頭73万7000円と前年同月比で5%下がり、2019年度の平均でも75万8000円と18年度よりも0.6%下がった。20年2月中頃までのデータでも、子牛価格は19年2月と比べて7.4%下がった（日本経済新聞2020年3月5日）。ただし、5年前と比べると3割ほど高く、依然として高値であることに変わりはない。20年4月以降、肉牛相場は急落し、肉用子牛も値下がりした。子牛の取引価格は7月時点で和牛が前年同月比で15.9%安、交雑牛は同24%安と落ち込んだ（日本経済新聞2020年9月17日）。

和牛は個体差が大きいために価格は大きく変動する。全体の傾向としては価格が低下していたが、20年3月30日の食肉卸売市場での取引価格は高かった。東京市場の和牛雌A5が2940円/kg、京都市場が2780円/kgだった。これに対して輸入牛肉の高級部位は下がった。アメリカ産テンダーロインの輸入価格は3350円/kgと約6年4ヵ月ぶりの安値をつけた（日本経済新聞2020年3月31日）。ちなみに、アメリカ産テンダーロインは22~23年には3800~4000円/kgで取り引きされている。

20年4月に入ると卸売市場での和牛の価格も大きく下がった。4月7日の東京市場の和牛雌A5が2226円/kg、神戸市場が2458円/kgまで下がった。食肉流通センターでの和牛部分肉の価格も下がり、肩ロースが3564円/kg、ロインが5512円/kgに下がった。和牛のロインが5000円台になることは珍しいことであった（日本経済新聞2020年4月8日）。

4月13日の東京市場でも和牛雌A5が2244円/kg、去勢A5は1863円/kgまで下がった。しかし、神戸市場の和牛雌A5は3558円/kgをつけていた。この日の神戸市場には70頭が上場さ

れていたにもかかわらず、この高値がついたということは、かなり評価の高い枝肉がせりにかけられたものと推測される（日本経済新聞 2020年4月14日）。

4月16日の日経新聞は、和牛の卸値価格が下落したことを伝えた。東京市場の20年3月の去勢A4の平均卸値が1861円/kgと、2月より12%安く、前年同月比で24%下落した。約5年半ぶりに2000円を割った。訪日外国人観光客の激減と外食需要の減退によるものだった（日本経済新聞 2020年4月16日）。なお、枝肉にも個体識別番号が付されているので、同じ数量のA5やA4であっても、単純には比較できないが、おおよその傾向を知ることはできる。

3 COVID-19後の和牛の取引

2020年の夏は酪農家にとって厳しかった。猛暑と新型コロナのダブルパンチが襲った。搾乳量が減り、肉用子牛の販売が振るわなかった。20年4月に、肉牛相場は急落し、年初から600円/kgほど下落して前年同期より3割も低下した。肉用子牛も値下がりした。子牛の取引価格は7月時点で和牛が前年同月比15.9%安、交雑牛は同24%安と下落した（日本経済新聞 2020年9月17日）。

この傾向は9月の連休以降変化した。20年10月の卸値は前年同期比2%安まで回復してきた。政府の消費刺激策「Go To キャンペーン」の効果により人の動きが活発になったことと、大手外食チェーンが相次いで和牛を使ったメニューを提供し始めたことによる。

東京市場の卸値（A4去勢）は10月1~20日の平均で2328円/kgと前年同期比2%安まで持ち直した。ただし、国産牛の冷凍在庫は前年よりも増えていた。8月末時点で前年同月より16%も多かった（日本経済新聞 2020年10月21日）。

12月になると大きく変化した。2020年12月の東京卸売市場での和牛の取引は、2年ぶりの高値となった。COVID-19による巣ごもり消費で高級食材の需要が高まったアジアやアメリカ向けの輸出が増加したためである。国内でも国の補助事業を利用した卸売業者らの調達が増えた。しかし、日本の国内での需要は増えておらず、消費者は和牛の高値に指をくわえるしかなかった。

国の補助事業とは、2020年春の相場の急落を受け、農林水産省が外郭団体の農畜産業振興機構を通じ実施した「和牛肉保管在庫支援緊急対策事業」である。積み上がった在庫の保管料などを支援する。販売促進計画に基づいて和牛が売れば、20年度は売り手に1000円/kgの奨励金を交付する。これにより卸売業者などが在庫覚悟で積極的に調達を増やしたとみられる。しかし、BSE対策の和牛買取事業を連想して後味が悪かった。

東京卸売市場では和牛A4去勢が、20年12月1~18日の平均値が2605円/kgと前年同月比で14%高く、2018年12月（COVID-19前）以来の高値をつけた。緊急事態宣言やインバウンドの減少で外食需要が蒸発し、同1688円/kgと7年半ぶりの安値をつけた4月から54%も高くなった。交雑種の価格は変わっていないので、和牛だけが突出した。肉用子牛の価格も5月から30%上昇した。12月は黒毛和種が1頭77万486円（12月21日時点、全国・雌雄平均）と5月の安値（59万4770円）から30%も上昇し、1年7ヵ月ぶりの高値となった（日本経済新聞 2020年12月25

日)。ただ、この相場は続かなかつた。というのも、国内の消費が冷え込んでいたからである。

近年の和牛の高級部位の消費はインバウンドが牽引していた。A5の卸値は2016~18年度に2800円/kg前後まで高騰した。インバウンドの増加により、高級外食店向けなどの需要が増加したことによる。高級和牛の人気をみてA5の生産は近年大きく増加した。

それがCOVID-19により、2020年に大きく減少した。政府は2020~22年度に、和牛の冷凍品の保管倉庫代などを補助する施策(前述)を実施したが、和牛が冷凍されることは通常ではなく、これによって卸売業者の購入を支えるだけでなく、市場に流通する和牛を冷凍に回すことで、一時的に供給量を抑えようとするものでもあった。このような補助により、その後、国産食肉で冷蔵から凍結した商品(チルフロ)の販売が拡大した。23年には、これらの冷凍品が市場に出回るので、価格の低下が懸念された。

農畜産業振興機構によると東京市場の2020年度の和牛A5(去勢)の卸値は平均で2502円/kgで2019年度に比べて164円(6%)安かった。20年4月には7年半ぶりの安値1688円/kgを付けた。年度後半には輸出の増加や政府による内需下支えの支援策を受けて相場を盛り返したが、年度全体では大きな下落となった。

A5の生産は近年大きく増えていた。日本食肉格付協会によると、2020年の和牛(去勢)の格付け構成のうち、A5は全体の49.5%と10年前の17.5%から大きく増加していた。しかし、生産比率がA5に大きく傾いた結果、控えめなサシ(筋条の脂肪分)でスーパーや焼肉店などで好まれていたA3は10年前の26.2%から10.0%にまで落ち込んだ。その結果、A5はA4以下との価格差が縮まった。コメのブランド化の追求と似たようなことが起こった。2000年度に905円/kgあったA5とA3の価格差は、2020年度は507円/kgまで縮小した。

A5の中でも高級部位が売れない。20年4月に卸値が急落したときは、サーロインは6291円/kgと前年同月比16%安となった。焼肉店で人気のあるカタは10%安の3226円/kgだった。

ここには、日本の畜産業の問題点が浮き彫りになっている。和牛の生産はA5の増加にみられるように、高価格路線を進んでおり、節約志向を強める日本の消費者の需要と食い違っている。

COVID-19により、21~22年にかけて、インバウンドは90%以上消失し、外食需要も大きく低迷した。2021年度の牛肉の出回り量は前年度比4.7%減の88万7000トンだった。19年度までは増え続けていたが、20年度、21年度と2年連続で減少した。農林水産省によると2019年度の牛肉消費に占める外食などの割合は64%であった。これが、COVID-19で縮小した(日本経済新聞2022年6月7日)。

黒毛和種の子牛価格も下落した。農畜産業振興機構によると黒毛和種の子牛の全国平均価格(6月30日時点)は前年同月比で11%安の65万5478円(平均280kg)だった。2ヵ月連続で70万円を下回った。子牛を購入する肥育農家にはエサ代の負担が増えている。肉用牛肥育用の配合飼料の小売価格は22年4月に8万4420円/tと3月と比べて4%上がった。前年同月比では14%も高い。和牛(去勢)の子牛を購入して肥育し、出荷できるまでにおよそ20ヵ月かかり、その間におよそ約4.5~5トンの配合飼料が必要となる。配合飼料の4~6月期の価格は85円/kg前後

であった。7~9月期はさらに約10円上がるとみられた。

エサ代が95円/kgになるとエサ代だけで43~48万円かかる。子牛を70万円で仕入れたとして、あわせておよそ113~118万円の経費（水光熱費は別）がかかる。和牛去勢1頭の枝肉重量が約520kgの場合、東京市場の枝肉卸売価格（22年7月1日時点）の和牛去勢A4の1kg2503円で計算すると、約130万円である。

と畜場の利用費や輸送費など、販売経費がさらに数万円必要である。肥育農家にはほとんど利益が残らない。そのため、子牛を仕入れることに慎重になった。隔月で子牛を取り引きする高千穂家畜市場では、黒毛和種の子牛の5月の平均価格が57万7515円と3月に比べて約13万円も下がった。繁殖農家も飼養数を減らす動きに出始めた。

農林水産省は22年6月、肉用子牛価格の下落による繁殖農家の経営対策として奨励金による支援を公表した。黒毛和種の全国平均価格（月別）が60万円を下回ると1頭あたり1万円、57万円では同3万円を補助する（日本経済新聞2022年7月5日）。

2023年の相場動向について1月18日の日経にスターゼン常務の鶉橋氏の談話が掲載された。22年の和牛相場はおおむね21年を下回った。和牛よりも安く調達できる交雑牛に需要の一部がシフトしている。輸入牛肉が高値で張り付いていることも交雑牛の需要を押し上げる。22年4~12月の交雑牛の販売量は前年同期比で約8%増えた。海外での和牛需要が国内相場を支えている面もある（日本経済新聞2023年1月18日）。

交雑牛の価格は上昇し、23年2月まで4ヵ月連続で前年を上回った。生乳生産が抑えられるなかで、乳牛は増やしにくく、交雑牛の増産は難しい。2021年度に出荷された交雑牛は23万2000頭で、和牛の半分程度にあたる。小売価格は和牛と比べておおむね2~3割安い。東京食肉市場によると交雑牛（去勢B3）の枝肉卸値（1kg、月平均）は22年10月から23年1月の期間で1482~1607円で推移し、前年に比べ0.3~4.5%上昇した。

22年夏頃からの需要の拡大が価格を押し上げた。背景には輸入牛肉の値上がりがあった。4割の輸入シェアを占めるアメリカ産でみると、肩ロース肉の22年4~12月の卸値の平均（冷蔵、税別、1kg）は1549円ほどで、前年同期比で約6%高い。19年の同期比では約26%も上がった。その結果、輸入牛肉と交雑牛の価格差も急速に縮まった。ステーキに使う部位で比べると、交雑牛（肩ロース、B3とB2の平均）とアメリカ産（サーロイン）の卸値の差は21年12月には376円/kgであったが、22年12月には64円/kgにまで近づき、輸入牛肉の割安感が薄れた。これにより国産牛の需要が高まった（日本経済新聞2023年2月9日）。

しかし、和牛の相場は低迷している。農畜産業振興機構によると食肉卸業界から外食・小売業界に販売される23年1月の和牛の卸値は肩ロース（去勢、A5、税別）が3858円/kgと前年同月比で4%安い。19年1月比では7%安い。サーロイン（同）も7255円/kgと前年同月比で2%安い^{*25}。

*25 和牛肩ロースの23年5月の小売価格は1009円/100gで前年同月比で3%下がった（日本経済新聞2023年7月6日）。

2022年はCOVID-19による行動制限が緩和されたにもかかわらず、和牛の相場は低迷した。原因として、まず外食向けの需要が回復していない。スーパーなどの量販店向けも鈍い。都内の食肉卸では22年4月～23年2月の和牛の小売店向け販売量が前年同期比で1割減少した。全般的な食品の値上がりの中で消費者の意識が高価格帯の和牛の消費を控えさせた。食肉卸にも交雑牛や豚肉の注文が増えている。

22年は輸出も低調だった。牛肉（くず肉を含む）輸出額は約513億円と21年比で4%減った。主要な輸出先であるアメリカで低関税の輸入枠が他国産の牛肉で22年早々に埋まり、日本からの輸出を伸ばせなかった。政府の需給対策（上で述べた和牛の冷凍品の保管倉庫代などの補助）も22年度で終了する。それを見越して食肉卸が冷凍品の一部を市場に出したことが需給緩和の一因となった（日本経済新聞2023年3月7日）。

その後も国内の食肉の消費は増えなかった。農畜産業振興機構によると2月末時点の牛肉や豚肉、鶏肉などの推定在庫量は、前年同月比9.5%増の53万9790トンだった。22年4月以降、11ヵ月連続で消費は前年を下回っている。特に牛肉の在庫は大きく、2月末の在庫量は15万4934トンと同16.1%も増えた（日本経済新聞2023年4月19日）。

和牛子牛の取引価格も下落した。農畜産業振興機構がまとめた23年5月の全国の肉用子牛の取引価格は、黒毛和種の平均価格が1956円/kg（280kgで54.7万円）で、前年同月と比べて13%下落し、2014年8月以来の水準に落ち込んだ。割安な交雑牛の子牛も5%下がって912円/kg（同25.5万円）となり、10年ぶりの安値となった。ただし、子牛は生産調整が簡単にはできない。農畜産業振興機構によると黒毛和種の取引頭数は22年度で36万頭であった。1990年度以降は31万頭から39万頭の間で増減を繰り返している（日本経済新聞2023年7月6日）。

4 卸売市場および日本食肉流通センターでの取引

近年は、国産牛を確保したい量販店が産地との直接取引を増やしているため、食肉中央卸売市場での取引比率は1割を下回るようになった。2013年ころから交雑種の価格が上昇し、肩ロースの価格が800円/kg近くに上がった。和牛肩ロースは2015年ころから1000円/kgを超えた。そこで、安価な国産牛の人気が高まってきた。国産牛と表示される牛のほとんどは乳用種肥育牛（乳牛の雄）である。2012年ころから値上がりを始め、2021年には和牛や交雑牛よりも値上がりが目立つようになった。農畜産業振興機構によると21年4～8月の肩ロースの小売価格は、乳用種肥育牛は556円/100gと20年度比2.5%高いが、交雑牛は749円/100gで1.0%高、和牛はほぼ横ばいの1029円/100gだった。乳用種肥育牛の値上がりは消費者の節約志向だけが原因ではない。供給が減っているのである。

農林水産省の食肉流通統計によると、食肉用の乳用種オスのと畜頭数は20年度は前年度比3.7%減の約15万9000頭だった。9年連続で減少した。その大きな要因が乳用種の繁殖技術の進化である。酪農の継続にはメスの子牛が必要である。近年は技術の発展によって高い確率でメスが産めるようになった。農林水産省の畜産統計では、乳用種メスの出生頭数は20年2月～21年1月

は26万3800頭であった。一方オスは16万2900頭でメスよりも4割少ない。その分だけ、乳用種肥育牛の供給は減っている。その結果、国産牛を確保したい量販店が産地との直接取引を増やした（日本経済新聞2021年9月30日）。

卸売市場（和牛と交雑牛の枝肉）および日本食肉流通センター（和牛部分肉）での取引価格を見る。東京卸売市場における和牛枝肉（A5）の価格変化を見ると、20年3月ころまでは上昇が続いていたが、4月に大きく下落した。明らかにCOVID-19による消費の落ち込みであった。価格は2020年の12月末から21年の1月始めにかけて一度は上昇したが（巣ごもり需要）、その後は下がり、2023年1月初めに突然値上がりしたかと思うと5月にはまた価格が下がった。和牛の部分肉で人気がある部位の価格変動は特に激しい。また、23年の5月ごろには、サーロインなどの高級部位よりも安価な切り落としに需要が集まることになった。

日本経済新聞に掲載される卸売市場価格に基づいて、各時期の価格の変化をみてみよう。主に、全国から食肉が集中する東京都と高級和牛の集まる神戸の卸売市場での和牛A5の価格、そして日本食肉流通センターでの和牛部分肉の重量中央値を見てみる。

2020年の前半は和牛枝肉（A5）雌は1956円/kg（4月21日）から2655円/kg（4月27日）の間という今では考えられない安値で推移したが、7月以降は2744円/kg（7月3日）から3239円/kg（12月7日）という高値になった。しかも10月から12月上旬にかけて全国の卸売り市場に毎日5000頭以上も出荷された。12月1日は5840頭であった。10月19日の神戸市場では雌A5が3856円、去勢A5が3462円を付けた。

2021年は全国の卸売り市場にほぼ4000頭前後の出荷となり、2600円から3200円の間を推移したが、3月1日に雌B5が3756円/kgをつけるという珍しい現象が起こった。おそらく、色合いやサシの入り方ではなく、個体識別番号から評価の高い枝肉が含まれていたのか、特定のランクの枝肉に特別な需要が集まったものと思われる。

2022年は全国の卸売り市場への出荷数が3000頭から5000頭と変動が激しく、価格は2436円/kg（8月26日）から3200円/kg（12月7日）の間であった。

2023年は6月までの間であるが、2480円/kg（6月13日）から3018円/kg（6月26日）で推移している。

神戸市場は出荷数は20~70頭と少ないが、全般的に価格は高い。雌A5や去勢A5が3000円を超えることは珍しくなく、22年7月19日は雌が3813円、去勢が3410円、8月8日は雌が4226円、去勢が3349円、8月29日は雌が4257円、去勢が3398円、2023年6月26日は雌が5200円、去勢が4723円だった。このような価格はほかの卸売り市場ではあり得ず、但馬牛が出荷されているためであろう^{*26}。

日本食肉流通センターでの取引を見ると、高級部位も2020年8月まではそれほど高くなかつ

*26 但馬牛は県によって厳重に管理されている。閉鎖育種という。繁殖は但馬の美方郡（現香美町と新温泉町）で行われ、肥育は主に播磨と淡路島の旧三原町（現南あわじ市）で行われる。去勢は神戸ビーフに、雌は松坂ビーフとして販売される。

た。20年5月7日のヒレは5940円/kg、ロインが4860円/kgであった。5月8日に日本経済新聞の価格動向が変更された。それまでは肉質等級がA3であったものがA4に変更された。それでもしばらくは価格は大きく変化しなかった。8月まではロインはおおむね5000円弱であった。ところが、9月から値上がりを初めて5000円を超え、10月27日には6264円、11月24日には7020円を付けた。以後は6000~7000円台を推移している。23年1月5日には7458円にもなった。

さすがにこれでは売れなかったようで、3月14日以降は5500円台に戻っている。なお、日本食肉流通センターでのロインの取引量は、せいぜい1トン前後であって、通常は1トン以下である。これに対してセットの取引量は通常でも20トン前後あり、48トン（23年1月5日、これは初売り）というもある。この部分肉セットの中に、かなりのロインが含まれているものと推測されるが、詳しいことはわからない。

10 牛肉流通に関する2006年のコメント

農畜産業振興機構の月報「畜産の情報」（国内編2006年3月）に掲載された同機構の門田正昭理事による「牛肉流通に関するコメント」を紹介する^{*27}。卸売り市場と食肉センターの現在に至る分担の様子がよくわかる。

1 はじめに

農業政策上の最大の課題は、先進国の中で最低水準にある日本の食料自給率を今後10年の間に5ポイント向上させることである。計画では牛肉の自給率目標は39%（基準年に同じ）であるが、飼料自給率の向上と併せて望ましい食料消費の姿として示された消費量水準（1人1年当たり6.2kgから7.7kgに増加）の達成がポイントとなる。これとともに国内生産水準（牛飼養頭数）の増加を目指す。いずれにせよ、食料自給率目標達成のためには、食生活上重要な位置を占める牛肉も重要な役割を果たすことが期待される。

一方、BSEによる米国産牛肉輸入問題が続く中で、輸入の再開が確実視されるようになった2005年末以降も国産牛の市場価格（生体価格、枝肉価格）は堅調に推移した。再開決定が必要になったこともその理由の一つかもしれないが、流通関係者には、しばらくの間、価格は高値で推移すると見通すものも多いようだ。

今後、WTOでは4月末のフルモダリティ決定、7月末の譲許表案提出のスケジュールが明示されているが、生産・流通面での「交渉結果への対応」、さらには今後一層強く求められる「安全・安心の確保」に依っていくことが、自給率向上にとって極めて重要である。そこで効率性確保などの観点から、あらためて牛肉流通の現状と課題について簡単に整理してみた。

2 牛肉流通の姿は？

牛肉流通を概観すると、これまでの日本人の「食生活の変化」と生産サイドの「産地の特化」

*27 https://lin.alic.go.jp/month/dome/mar/tayori_1.

を背景に、産地と消費地の遠隔化、その結果としての広域流通化の道を歩んできた。物流面では生体流通から枝肉流通、部分肉流通（さらにはコンシューマーパック）へと高度化してきた。（ただし、高級和牛については、現在もなお個体間の品質格差が大きいなどの理由から生体のまま消費地に出荷されるものも多い。）このような中で、流通は卸売市場経由と食肉センター経由のものが大宗となっている。

ところで牛肉流通の特徴は、野菜などと異なり、と畜場での解体に始まり部分肉、精肉といった加工過程を伴うところにある。さらに、食肉は細菌汚染を受けやすいため衛生保持に特段の配慮が必要な食品であるとともに、BSEなど食品としての適否について検査が行われることも流通上の重要な特徴となっている。

卸売市場経由の流通は、併設のと畜場などで解体、枝肉にされた牛肉が、取引後、卸売業者、小売店へと流れて行くものである。

食肉センター経由は生産者団体、食肉加工業者などが産地の食肉センターにおいてと畜後、枝肉から部分肉に処理され、量販店など消費地で販売されるものが代表的な形態で、と畜頭数の5割弱を占めている。なお、食肉センターは既存の零細と畜場の統廃合を進める中で設立されてきたもので、と畜から部分肉処理加工までの一貫処理と冷蔵施設を持つ総合的食肉処理施設である。

もう一つの流通チャンネルは専門小売店などが地場のと畜場で処理し地場消費など向けに販売するもので、近年そのウエイトは低下傾向で推移している。

生産者からと畜場までの肉用牛の流通ルートは農協、家畜商の手を経るなど種々である。

3 価格形成は？

以上のような流通システムの中で、価格が形成される。牛肉の流通上、卸売市場は食肉センターと並んで非常に重要な役割を果たしている。品揃えや集分荷といった物流の拠点であるが、価格形成の面でも卸売市場での枝肉取引の役割は大きい。取引は牛肉の格付けや需給状況を踏まえ、生産者から販売を委託された卸売業者と買い手である仲卸業者、専門小売業者、加工メーカーなどとの間で、公開の価格形成（セリ）により行われている。その平均取引価格、取引数量などは随時公表され、透明性の一層の確保が図られている。需給を反映したスピーディーな価格形成システムとして重要な役割を果たしている。

このようにして形成された価格は市場外流通の指標価格としての役割も果たし、食肉センターやと畜場において相対で行われる取引は、格付け結果やこの卸売市場で形成された価格を参考に値決めが行われている。また、部分肉については財団法人日本食肉流通センターが部分肉流通の場を提供するとともにそこでの相対取引結果についても定期的に公表している。

卸売市場経由率は約2割とほかの生鮮食品と比較して低い。これは、食生活の歴史からみて、牛肉が近年大きなウエイトを占めるようになった食品であり、卸売市場を経由する流通体制が他の生鮮食品よりも後から整備されてきたこと、一方で、供給量の過半を占める輸入品は卸売市場をほとんど経由しないことが理由と考えられる。

しかし、例えば、青果卸売市場がセリによる現物取引から予約型の取引へとそのウエイトを大きく変えてきているのに対し、牛肉の取引ではセリ比率が9割程度と極めて高いのが特徴となっている。卸売市場は牛肉という品質のばらつきが大きく、単価が高いという特性をもつ商品の、需給を反映した透明度の高い公正な価格形成の合理的な仕組みとして定着していると考えられる。

一方、セリ取引では対応が難しい量販店などの大口需要者のニーズ（定価、定時、定量、定品質な商品の大量取引）への対応は、食肉センターが機能分担している。両者の機能分担は牛肉流通の一つの大きな特性である。

食肉センター経由のものは部分肉で流通しており、流通効率化に大きく寄与している面も見逃せない。輸送コストの軽減化に関して言えば、生体流通のコストを1とすると部分肉の場合は0.5弱（農林水産省試算）であり、衛生管理面でも細菌感染などのリスクを軽減するという大きな効果も持っている。

4 今後のあり方は？

今後、国産牛肉が海外と競争していくためには、品質の向上に加えて、流通面で、牛肉処理・流通の各段階での効率化の一層の徹底と地産地消の取り組みや有機畜産物などのこだわり商品に対する多様な消費ニーズに即応できる仕組み作り（多面的な流通システム整備）が必要と考えられる。併せて、トレーサビリティ制度を軸として、消費者への情報提供内容、方法の充実をさらに徹底させる必要もある。

その中で、卸売市場、食肉センターは生産と消費をつなぐ、流通の川中という両者の橋渡しの位置にいることを再確認し、産地との連携を一層進めて、消費者ニーズに即応した産地づくりに貢献していくことが求められる。今後は流通の中間主体が産地や消費サイドとの接点をより強固に確保し、両者の連携を進める必要がある。川中からの働きかけを通じて、川上の地域の基幹産業である畜産業の発展に貢献すると同時に、流通の効率化を進めつつ、川下では輸出品との競争の中で、国産の消費拡大を通じて食料自給率の向上に寄与していくことが求められる。

11 食肉専用中央卸売市場の経営健全化

現在では、卸売り市場でセリによって需給を反映した透明度の高い公正な価格形成が行われ、食肉センターでは、セリ取引では対応が難しい量販店などの大口需要者のニーズに対応して、ともに流通の効率化に大きく寄与している。しかし、大きな問題が残されている。卸売り市場の運営において、適正な費用の負担が行われていないことである。京都市は京都市中央卸売市場第2市場の在り方の検討会を設置して、2008年11月に検討趣旨を発表した。以下は、それに基づいて、問題点をみとめる。

1 京都市中央卸売市場第2市場の厳しい財政状況

京都市中央卸売市場第2市場（以下「第2市場」）は、1969年10月に中央卸売市場法に基づき、と畜場を併設した食肉専門の中央卸売市場として全国で9番目に開設された。京都市民に対して、安全・安心な食肉を、公正な卸売価格により安定的に供給してきた。しかし、その後の市場外流通の拡大、取扱頭数の減少等により、2008年時点の第2市場の市場財政は、歳入総額の約9割を一般会計からの繰入金に依存し、慢性的な赤字状況にある。

卸売会社の経営状況も、特に兼業業務であると畜業務、付帯業務である配送業務は慢性的な赤字となっており、京都市からの補助金により経営を維持している。第2市場は卸売市場法の改正に伴う2009年度からの委託手数料弾力化等、市場間競争の激化にも対応していかなければならない。

2008年時点で食肉の中央卸売市場を開設していたのは、京都市のほか、仙台市、さいたま市、東京都、横浜市、名古屋市、大阪市、神戸市、広島市、福岡市の計10自治体であった。

市場の機構は、卸売業者が1社（京都食肉市場株式会社）、買受人として売買参加者が257名、買受人団体が1団体（京都食肉買参事業協同組合）、第1種関連事業者が京都副生物卸協同組合及び株式会社中畜運輸、第2種関連事業者が銀行1行（京都銀行）、格付機関が1団体（社団法人日本食肉格付協会）である。

第2市場では、牛・豚の入荷、と畜解体、せり等の一連の業務は卸売業者（京都食肉市場株式会社）が行っている。京都市は、市場の開設者としての立場から、これらの取引等が法律・条例等に則して、適切に行われているかの指導監督、と畜場の機械類等の施設の維持管理などを行っている。

2007年度における第2市場の取扱状況は、牛と畜頭数が8199頭（10市場中10位）、豚と畜頭数が1万5491頭（同9位）、総取扱金額85億519万756円（同9位）であった。和牛上物市場を特色とし、と畜頭数における和牛の割合は、78.3%と神戸の98.9%に次ぎ10市場中2位であった。その中でも、A5・A4等級の割合が高く、和牛と畜頭数6417頭中4202頭（65.5%）がA5・A4等級であった。

表6 全国中央卸売市場10市場の2007年度取扱状況（単位：頭）

	牛と畜頭数	豚と畜頭数	総取扱金額
東 京	9万3996	20万6819	1128億4663万円
大 阪	3万7768	8万5677	312億0729万円
仙 台	2万3695	12万2492	193億0406万円
名 古 屋	1万3409	21万9968	189億5610万円
横 浜	1万6459	12万8562	159億6458万円
福 岡	1万7269	7万8776	157億0494万円
神 戸	1万3213	1万0795	133億5055万円

さいたま	2万 2306	5万 6253	110億 5923万円
京 都	8199	1万 5491	85億 0519万円

注・総取扱金額には、牛・豚・馬・部分肉・副生物等全ての物品を含む。

2007年度の決算見込みにおける10市場と比較した第2市場の財政状況は、歳入の約9割を一般会計からの繰入金に依存し（10市場中1位）、きわめて非効率でもろい経営基盤の上に立っていた。

2 市場外流通の増加による供給状況の変化

食肉卸売市場は、2008年4月現在、全国に中央卸売市場が10市場、地方卸売市場が22市場、指定市場が18市場であった。輸入を含む農産物総供給量に占める卸売市場の市場経由率をみると、牛肉や豚肉といった食肉や青果、水産物などいずれも経由率の減少傾向が続いているが、それでも、青果や水産物は、まだ6割を越えていた。

一方、食肉の卸売市場経由率は、牛肉では1990年度に38.2%あったが、2005年度には16.4%にまで減少した。また、豚肉の卸売市場経由率は、1990年度の13.5%から2005年度には7.5%まで減少し、全流通量の1~2割程度の経由率となった。食肉中央卸売市場における2005年度の市場経由率は、牛肉で11.5%、豚肉で3.3%にまで落ち込んだ。

これは、1991年4月からの牛肉輸入自由化による輸入肉の増加や産地でのと畜の増加により、中央卸売市場を経由しないで販売される市場外流通の食肉の割合（食肉流通センターなど）が増加したことが原因であり、今後もこの傾向が続くと推測される。

3 近畿圏内の卸売市場等の状況

三重県を含む近畿圏には、卸売市場や食肉センターが合計22カ所あり、その内訳は、中央卸売市場が3カ所、地方卸売市場が7カ所、食肉センターが12カ所であった。卸売市場や食肉センターが密集して、過剰な状況である。国の卸売市場法の改正により、市場の集約化の動きがあり、近畿圏でもその動向が見られるとともに、規制緩和の動きが進み、競争激化の時代となっている。市場再編の動きもみられる。

4 流通構造の変化

流通構造も、総合スーパーや大型店、食品スーパーの増加により、小売店、専門店が減少している。仕入れにおいても、大型店やスーパーなどは、スケールメリットを活かした大手市場からの一括大量仕入れや食肉卸売市場を経由しない産地での買付けなどが増えている。食肉専門店も、卸売市場で仕入れるのできなく、大手メーカーからの部分肉仕入れに頼る店が増えている。小規模な専門店では、枝肉一頭をせり落とすのではなく、必要な部位を部分肉としてメーカーから仕入れるようになっている。以上の状況から、第2市場における牛肉の市内供給率は、1988年当時には約67%であったものが、2007年では36.6%に減少し、売買参加者も小売店中心のた

め、登録者数も（1988年度323業者→2007年度257業者）、年間購買者数も（1988年度156業者→2007年度89業者）減少している。今後も、市内小売店の購買参加への増加は期待できそうもない。市民の牛肉消費量に占める市場供給率も36.6%と10市場中で最も低い。

5 消費者ニーズの変化

食肉は、生鮮食料品の中では、専門店での購入割合が高い品目であるが、食品スーパーや総合スーパーでの購入割合が増えており、専門店での購入割合は相対的に低下している。家族数の減少もあり、総菜や加工品の購入が増え、外食の機会も増え、家庭での調理の機会が減少し、消費も減少している。同じ支出額であれば、家庭で食べるよりも外食や総菜の方が分量は少なくなるからである。

6 国の卸売市場行政の動向と京都第2市場の改革

2004年6月に卸売市場法が改正され、卸売市場の再編が進められた。中央卸売市場である食肉市場についても集荷・販売力の向上を図ることなどが求められた。京都でも、流通の広域化や情報化の進展を踏まえ、運営の広域化や地方卸売市場への転換などが検討された。

卸売業者等の事業活動に関する規制を緩和して、売業者等の事業活動の自由度を向上させるため、卸売業者等が買付集荷、市場外での販売、機能・サービスに見合った委託手数料の徴収を行うことを可能とするための規制の緩和が行われた。委託手数料は2009年4月から弾力化され、他市場との競争が激しくなった。

京都では、第2市場を市民生活に必要な市場として存続させていくために、財政の健全化が求められていた。

2007年度の開設者市場決算見込みを見ると、一般会計からの繰入金を除くと、市場財政は慢性的な赤字状況にあった。歳入面では、一般会計からの繰入金が全体の9割弱を占めており、営業での売上である使用料収入は、1割弱しかなかった。また、市場関係業者が負担する光熱水費等の雑入割合は1.4%にすぎなかった。歳出面では、給料・報酬、職員手当等の人件費の支出割合が2割弱を占めており、公債費割合と同程度であった。次いで、光熱水費、委託料、負担金補助交付金の順で支出されていた。市場の自立的な運営、財政の健全化のためには、市場使用料、光熱水費について適正な負担を求めていくことが必要であった。市場使用料・光熱水費等は、受益者負担の原則から、市場施設を利用して行われる営業活動の対価として支払われるべき義務的経費であり、少なくとも市場運営の経常的な経費は受益者からの使用料等によってまかなわれるべきものである。これ以上の市場運営費に対する一般会計からの繰入金の増は許されず、歳入の抜本的な改革の必要性に迫られていた。

繰入金の上限設定や毎年削減目標の設定・年次計画や中・長期の事業計画を策定し、販売高増や付加価値の増加による財務内容の改善にも着手する必要がある。併せて、歳出削減に努める必要もあり、委託料の見直し、負担金や補助交付金についての見直し等にも取り組む必要がある。

た。更には、健全性や効率性及び収益性などの観点から、単に歳出の削減と歳入の増収に努めるだけでなく、市場の運営形態や卸売会社への補助金の見直し等を含めた抜本的な改革が求められ、第2市場が自立的に改善に積極的に取り組む姿勢が問われていた。

2018年4月には改修された第2市場本棟が本格稼働を始め、2020年3月には事業経営戦略が発表された。そこでは京都市が引き続き開設者として公営企業の中央卸売市場を運営するが、今後は業務委託の拡大や指定管理者制度の導入などを検討すると述べられていた。

まとめ

和牛、交雑牛、乳牛、輸入肉それぞれについて取引市場の整備と公正な価格形成を図る努力が積み重ねられてきた。その中心はと畜場の整備と卸売市場を中心にした価格形成の透明化であった。これにより生産者は安心して出荷し、小売や消費者は正確な価格情報を手に入れることができるようになった。しかし、1990年代以降、卸売市場をめぐる状況は大きく変化した。インターネットなどの情報通信手段の飛躍的な普及により、現物を市場に集めてせりを行う必要が大きく薄れてきた。現在では、大手の食品加工会社や小売業者は、大規模な生産者や輸入業者、海外のミートパッカーから卸売市場を通さずに、直接調達している。さらに大規模な食品加工業者やスーパーマーケットは国内外に自社牧場を経営するようになり、そこから調達している。

それでも、小規模な生産者や食肉専門店にとっては卸売市場は依然として必要である。国は、中央卸売市場の再編・統合によって経営を効率化して、地域のニーズに答えられるようにしようとしているが、様々な理由から中央卸売市場の再編・統合は進んでいない。食肉卸売市場についても同じである。その結果、大手の直接取引の方がコストがかからず、ますます卸売市場のシェアが低下している。

公正な価格形成は進んできたが、問題は残されている。和牛の取引価格が、まだそれほど透明ではないことである。黒毛和牛などの高級食肉は、その大半が産地の食肉流通センターで取引されている。ところが、食肉流通センターの取引情報でもロインの価格は表示されないことがほとんどである。それは各産地食肉センターでの取引が相対で行われることが多く、さらに特定部分肉よりもセットで取り引きされることが多いことが大きな理由であろう。

これに、巨大な小売業が登場することによって卸売市場を通さずに、大型生産者と直接取引したり、自社牧場から仕入れることが増加して、卸売市場の価格形成機能が十分に発揮されなくなってきたことが重なっている。現状では全国の食肉卸売市場での取引は一日平均で4000~5500頭ほどであり、最大の東京食肉卸売市場での取り扱ひ量も平均で400頭前後で、少ないときには100頭を切る。

閉鎖育種を行っている但馬牛は兵庫県の産地食肉センターで相対で取り引きされたり、神戸の卸売市場でせりかけられる。よその市場に出ることはあまりないと思われる。その他の和牛や交雑牛は全国の中央卸売市場で競りにかけられる。個体や産地によってその価格は大きく変化し、ひとくちに和牛と言っても同じように扱うことは難しい。

和牛の中でも神戸ビーフと呼ばれる但馬牛は閉鎖育種が行われ、高い品質を維持しているが、近親交配の危険が高まっている（日本経済新聞 2023年3月24日）。全国和牛登録協会によると、黒毛和種の近親交配係数は2018年度に日本全体で9.19%と30年間で4.48ポイントも上昇した。

ここに、日本の畜産業の問題点が浮き彫りになっている。和牛の生産はA4,A5の増加にみられるように、高価格路線を進んでおり、節約志向を強める日本の消費者の需要と釣り合っていない。農林水産省が日本の牛肉消費について「大部分は輸入牛肉により賄われている」と指摘したとおりである。現在、和牛の生産はインバウンドか高所得国への輸出に活路を見いだそうとしている（日本経済新聞 2021年5月20日）。

農業、畜産業、漁業が日本人の食料の安定的供給を第1の目的とするならば、現在の方向は正しいとは言えない。コメ生産のブランド化にも共通するが、ブランド化による収益の確保は食料の安定的供給とは対立する。食料の安定的供給のためには、安くて良質なコメや食肉の増産こそが重要である。今までの農畜産行政は生産者の経営保護に最大の重点を置き、毎年膨大な補助金を投入してきた。しかし、成果を上げることは出来なかった。生産者に対する補助金の多くは政権与党の選挙対策にしか見えない。

生産者の経営保護のために行政の保護と支援は必要であるが、その方向は転換しなければならない。すなわち、食料の安定的供給のための支援である。

まず、日本の消費者に支持されるコメや食肉を増産しなければならない。100gで1000円を超える和牛を日常的に購入できる家庭は限られている。安価な子牛の生産を増やして、サシは入ってなくても、粗飼料と濃厚飼料をたくみに組み合わせ、赤身でも十分においしい食肉の増産に務めるべきである。マスコミも含めて「但馬牛の精液信仰」から目覚める必要がある。もちろん、神戸ビーフや松坂牛のおいしさは否定しない。しかし、それらを購入できる人々は限られており、その生産が畜産の本流になることはあり得ない。

次に、インバウンド需要や富裕層を対象にした取引によって価格がつけ上げられることにも注意する必要がある。人々が購入可能な食肉が、現状では輸入肉や乳牛、少し奮発して交雑牛や和牛のモモであることからすると、多くの消費者が購入するのは、大規模な小売店が販売する食肉であり、その価格が、日常的な価格の標準となる。さらに、その場合の小売店の調達価格は、まず輸入業者からの調達価格であり、次に国内外のミートパッカーからの調達価格であり、産地食肉流通センターでの部分肉（主にセット）購入価格である。これらの取引では、大規模小売店の交渉力が大きいため、調達価格を抑えることができる。一方、卸売市場は流通量全体の中で比重が低下する中で、枝肉の価格が大きく変化する状態が続いており、市場運営経費の負担も増え、苦しい状態が続いている。

最後に、子牛も成体も価格が大きく変化する中で、畜産業者の数は減っている。特に酪農家の減少が激しい。飼料価格が高騰するなかで、食肉や生乳の価格は抑えられており、畜産業者の生活は厳しさを増している。この分野に意欲のある若者を引き込むためには、黒毛和牛偏重から抜け出して、良質な赤身の和牛・交雑牛の生産でも生計が成り立つことを示さなければならない。

畜産を目指す若者達に希望を与えなければならない。

政策の方向としては、濃厚飼料の比重を減らし、粗飼料を増やすべきである。また、飼料米の生産に多額の補助金をつぎ込むこともやめなければならない。生産規模の拡大も、法人化、機械化も必要であろう。そのための農家に対する低利融資の制度も拡充すべきである。申請手続きについては丁寧なサポートが欠かせない。ただし、なによりも必要なのは専業農家の所得保障である。価格変動の激しい食料生産において、専業農家が長期的な経営の展望を持つためには生活保障が必要である。半導体やEV用電池生産に何千億円という補助金を投入するのであれば、せめてその十分の一でも農畜産業者の支援（生産コスト超過の場合の所得保障）に回せるはずである。その規模は、コロナ経済対策における持続化給付金や雇用調整給付金に比べて、はるかに少ない額で可能である。

(2023年8月16日受理)

(おおしま かずお 京都府立大学公共政策学部 名誉教授)

