



# 岐阜大学機関リポジトリ

Gifu University Institutional Repository

採卵養鶏経営の販売管理に関する研究：  
岐阜県下144戸の分析から

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2022-06-07 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 杉山, 道雄, 畦上, 光弘 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12099/5731">http://hdl.handle.net/20.500.12099/5731</a>

## 採卵養鶏経営の販売管理に関する研究

——岐阜県下144戸の分析から——

杉山道雄・畦上光弘

畜産経営学研究室

(1985年7月31日受理)

## Studies on the Marketing Management of the Egg Producers

— Analysis of 144 Egg Producers in Gifu Prefecture, Japan —

Michio SUGIYAMA and Mitsuhiro AZEGAMI

*Laboratory of Livestock Farm Management*

*(Received July 31, 1985)*

### SUMMARY

Little attention has been paid to egg marketing management in Japan. Therefore, 144 egg producers were surveyed in Gifu Prefecture.

Fifty percent of the egg producers sold their eggs dealers which are feed companies or farmers cooperatives, while more than 70 percent of the farmers sold their eggs to a single dealer or cooperative. Some 144 egg producer's data were collected by mail survey during October and December of 1982.

Several features of the egg farmer's marketing activities are observed in this study.

(i) According to the increase in the number of hens per farm, the farm gate price of the eggs per kilogram has risen. That is partly due to the increase in the number of outlets (dealers). Thus, there were more egg dealers, feed dealers and farmer's cooperatives. This increase is partly due also to the increase in the marketing function (cleaning, sizing, candling and packing of egg).

(ii) Three prominent egg pricing areas were observed in Gifu Prefecture. The Ogaki and Gifu-city area, Seino and Nannoh which are in the southern part of Gifu Prefecture, belong to the Tokyo egg pricing area. The Tono area (eastern part of the pref.) belongs to the Nagoya egg pricing area. The Hida area also belongs to the Nagoya pricing area, but is an isolated, closed-off, high egg price area.

(iii) The egg marketing activities are classified into four types according to the number of outlets and the egg processing works as follows :

Type I.	Single outlets, with no egg processing works	304 yen/kg.
Type II.	Several outlets, with no egg processing works	313
Type III.	Single outlet, with egg processing works	322
Type IV.	Several outlets, with egg processing works	334

As the types are changed from I to IV, the producer's gate price per kg. increased from 304 yen

to 334 yen per kg. The rise of egg farmer's gate price or increase of poultry income are due to the marketing activities of the egg farmers. Therefore, the marketing activities or management are also one of the important fields of the poultry farm management as well as the production management.

Res. Bull. Fac. Agri. Gifu Univ. (50) : 391—407, 1985.

## 要 約

従来、農業経営学において生産の規模、形態、組織に関するもの、いわば生産管理に関する研究は多いにもかかわらず、販売管理については少なかったといえよう。

そこで本研究は、岐阜県下144戸の採卵経営の販売構造や販売管理のあり方を検討したものである。

採卵経営が飼料商や農協に完全販売委託を行なっている経営が50%以上、さらに単一取引先である場合が70%に達する。

採卵経営の羽数規模拡大につれて、kg当り販売価格が上昇しているのは、取引先の多数化、それによる価格交渉の機能などによる。

岐阜県を地域別にみた場合、西南濃、東中濃は東京卵価圏にあり、東濃は名古屋卵価圏にある。けれども飛騨は名古屋相場を利用するとはいえ、飛騨卵価圏を形成している。これは名古屋卵価圏とはいえ飼料配送などから孤立した卵価圏を形成しているからだとみられる。

個別経営の行なっている販売管理をG・P処理の有無と販売先の単複により類型化すると次のようになる。

第1形態はG・P処理を行わず単一販売先のもの(完全販売委託型)、第2形態はG・P処理を行わないうが販売先が複数なもの(不完全販売委託型)、第3形態はG・P処理を行なうが販売先が単一のもの(不完全販売管理型)、第4形態はG・P処理を行ない販売先が複数なもの(完全販売管理型)である。

生産者受取卵価は形態1では304円、形態2で313円で+9円、第3形態で322円で+9円、第4形態で334円で+12円と高くなり、第1形態との差は30円である。

G・P未処理の平均は306円でG・P処理は330円で24円の差である。

以上のように販売管理による収益増は生産管理にも匹敵する重要な位置にあり、経営の意志決定をする場合にも重要な分野である。

### 1. 研究対象の概要と価格査定方法

わが国の鶏卵生産者の農家手取率は農産物中でみても、国際的にみても最も高い群に属していることは今迄報告したとおりである<sup>1)</sup>。

しかし乍ら、農外資本のインテグレーションの進化進展により、農家手取率は次第に減少していることも報告されてきた<sup>2)</sup>。このことをアメリカを例にしてみれば、インテグレーションが、プロイラーと同じように1980年までに90%に達したこと、そして農家手取率は1930年代の80%から1970年代に55~60%に低下したことも検討したとおりである<sup>3)</sup>。

わが国の鶏卵生産者もそのインテグレーターにおいても鶏卵生産管理についての追求やその研究が殊の外進展したことは、この分野の研究が、生産者、インテグレーター双方の共通の利益に係わっていたからである。

けれども、ひとたび鶏卵生産者に視点をおき、その収益増大化を考察するとき、第1に生産効率追求を主とした生産管理、第2に購入資材価格を出来るだけ安くしようとする購買管理、第3は生産物を出来るだけ高く売ろうとする販売管理、さらに第4には資金繰りを出きる限り健全化しようとする資金循環論(資金管理論)は経営の意志決定をする上で極めて重要な農業経営学の研究分野であろう。

したがって本研究は第3の販売管理の構造なり、あり方を検討すべく、岐阜県下の養鶏農家144戸の調査をもとに分析しようとしたものである。

鶏卵の流通過程に沿って眺める時、鶏卵販売活動は、必ずしも養鶏生産者だけのものではない。生産者から販売委託された農協(多くはG・Pセンター(鶏卵選別包装施設)を併設している)もさまざまな販売

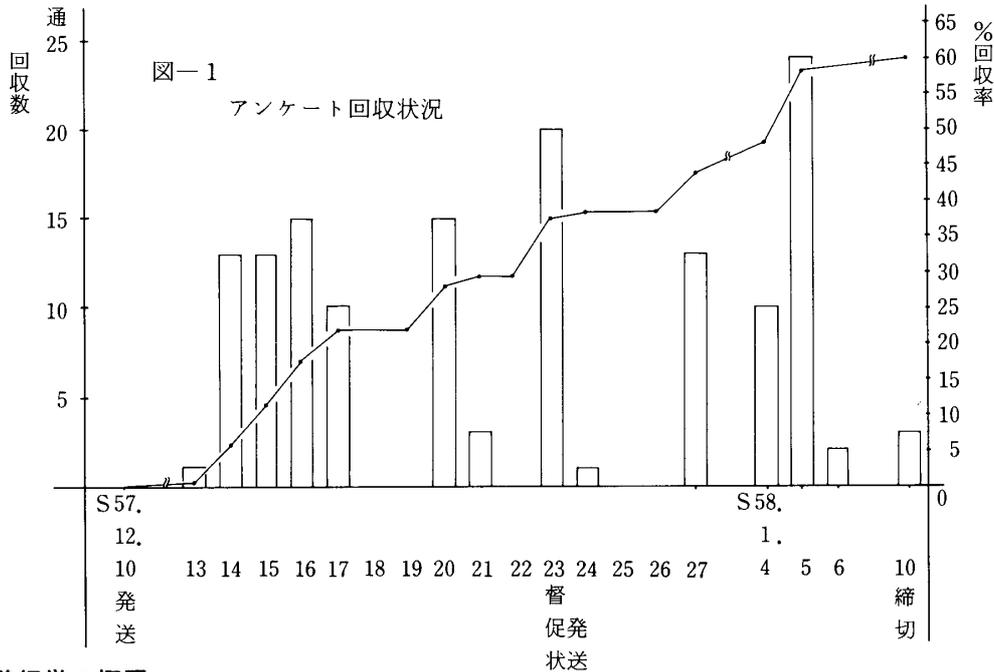
活動を行なっている。これについては別途、研究中である<sup>4)</sup>。

鶏卵生産者の販売構造を明確化できるように岐阜県下全体の生産者へのメールサーヴェを行なった。調査期間は1982年12月11日～1983年1月10日の1ヶ月間であった。又アンケート回収率を高めるため、発送後10日過ぎの12月22日に督促状を郵送した。尚対象農家のリストは全日本卵価安定基金及び全国鶏卵価格安定基金の加入者名簿（1982年度）を関係機関において修正・補完しながらリストを完成させた。

調査票の回収率は全体で60%、飛騨地域で73%、岐阜地区で58%であった。メールサーヴェは、得失はあるが、この種のサーヴェであれば面接調査が必ずしもすぐれているとはいえないだろう。

発送後10日過ぎの督促状の効果は回収率をあげる上で効果があったと思われる（図-1）。

さらに卵価については各生産者の卵価決定算式を調べ、基準卵価を検討し、査定卵価とした。その具体的手順は本文（1-3）で詳述した。



1) 養鶏経営の概要

調査分析対象とした144戸の養鶏農家の概要についてふれておこう。

養鶏農家の90%は戦後に養鶏を始め、経営主の年齢は50～65才であった。

経営主体は個人経営が86%、会社経営が10%、協業経営が4%であった。

羽数規模は1,000羽から50,000羽以上にわたっているが3,000～4,999羽が17%、5,000～9,999羽層が24%、10,000～49,999羽層が25%で、3,000～49,999羽層で66%を占めている（表-1）。したがって、家族養鶏経営および若干の雇用労働を導入する家族管理農企業経営（Family controled farm business）と呼ぶことができる<sup>5)</sup>。

その雇用労働者は表-2のとおり、集卵、鶏糞処理などの部分労働に雇い入れている。

雛導入回数でみる更新回数は平均4.4回であるが羽数拡大につれて増加している。3回以下の農家が27%を占めたが、販売活動をする場合、卵質（卵殻強度やサイズバランス）を考えると最低4回以上が望まれ

表-1 アンケート用紙回収状況

	岐阜地区	大垣地区	中濃地域	東濃地域	飛騨地域	合計
アンケート対象戸数(戸)	93	83	10	42	11	240
アンケート回収戸数(戸)	54	50	6	26	8	144
アンケート回収率 (%)	58.1	60.2	60.0	61.9	72.8	60.0

注：1) 卵価安定基金（全国・全日本両基金）加入者名簿の240戸（昭和57年度）を対象に57年12月～58年1月にかけて実施した

表-2 成鶏めす羽数規模別戸数

解答数144

羽数規模	1 ~ 999	1,000 ~2,999	3,000 ~4,999	5,000 ~9,999	10,000 ~49,999	50,000 ~	合計
戸数(戸)	2	36	25	35	36	10	144
比率(%)	1.4	25.0	17.4	24.3	25.0	6.9	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ

表-3 雇用人の作業内容

作 業	集 卵	洗 卵	選 別	パ ッ ク 詰 ダンボール詰	鶏 糞 処 理	日 常 管 理
戸数(戸)	49	7	7	5	28	13

注：1) 資料は表1と同じ

る。

表-4 飼 料 購 入 先

解答数 142戸

飼料の購入先が販売先と関連するので検討すると、農協が27%、商社から直接が12%、飼料代理店が61%を占め、自家配合は1戸であった(表-4)。

	農 協	商社直接	飼料代理店	自家配合	計
戸 数(戸)	38	17	86	1	142
比 率(%)	26.8	12.0	60.6	0.7	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ

飼料代金の決済方法は鶏卵売上げ代金から差引くものが47%、現金決済が33%、約束手形が18%であった(表-5)。

表-5 飼料代金決済方法

解答数 143戸

成鶏飼料価格は最安値の46,500円から最高値の76,000円と29,500円の価格差があらわれ、購買管理の重要性を示しているがここでは追求しない<sup>6)</sup>(表-6)。

	鶏卵売上げ代金 から差引く	現金支払	約束手形	そ の 他	計
戸 数(戸)	67	47	25	4	143
比 率(%)	46.9	32.9	17.5	2.8	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ

2) その他 { 月末締め翌月5日支払  
1ヶ月後 小切手支払  
75日後 支払

表-6 成鶏飼料価格(1トン当り)

解答数 135戸 欄内は戸数

単位：万円	1 999	1,000 2,999	3,000 4,999	5,000 9,999	10,000 49,999	50,000	計	%
以上 未満 ~5.00		1					1	0.7
5.00~5.25					1		1	0.7
5.25~5.50				2	3	1	6	4.4
5.50~5.75		1	2	6	7	4	20	14.8
5.75~6.00		5	5	11	6	3	30	22.2
6.00~6.25		11	13	5	12	2	43	31.9
6.25~6.50	1	7	2	3	2		15	11.1
6.50~6.75		1	5	1	1		8	5.9
6.75~7.00		4	2	1			7	5.2
7.00~		3		1			4	3.0
計	1	33	25	34	32	10	135	100.0%
平均	6.375	6.284	6.135	6.056	5.898	5.775	6.031	

注：1) 資料は表1と同じ

表一 鶏卵出荷作業

	全く行わない	破卵を除く	汚卵を除く	格外卵を除く	洗浄する	選別する	ダンボール詰する	バック詰する
戸数(戸)	13	126	74	53	19	16	11	10
比率(%)	9.4	90.6	53.2	38.1	13.7	11.5	7.9	7.2%

注：1) 資料は表1と同じ

表二 破卵の発生率

解答数 115戸							
	未満 % ~1	以上未満 % 1~2	% 2~3	% 3~4	% 4~5	% 5~	計
戸数(戸)	26	37	27	11	6	8	115
比率(%)	22.6	32.2	23.5	9.6	5.2	7.0	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ

## 2) 鶏卵販売の概要

生産者の販売の概要については、鶏卵出荷作業、破卵の発生率、破卵の販売先、破卵の販売価格、正卵の販売先（取引先数、販売先と販売理由）の6項目について検討した。

## (1) 出荷作業

これは鶏卵が鶏舎で集卵されて、取引先へ出荷販売される間に、生産者によって、どこまで手を加えられているかという調査である。尚、解答数は139戸である。

出荷作業を全く行わないと答えた生産者は9.4%であり、残りの90.6%の生産者はすべて破卵は除いている。作業段階が進むに従い、戸数は減少する傾向を見せ、ダンボール詰、バック詰をしている農家はそれぞれ7.9%及び7.2%とわずかになっている（表一）。

## (2) 破卵の発生率とその販売先

破卵率は0.5%~10%と格差が出たが、8割強の生産者は3%未満と答えている。

解答数は111戸であった（表二）。

破卵の販売先は庭先販売、正卵の出荷先、業者、自家用が考えられるがその割合はそれぞれ43.2%、44.1%、9.9%、2.7%となっている。尚、業者とは製菓店、給食センター、キューピータマゴ(株)等である（表二）。

## (3) 破卵の販売価格

『正卵の何%位で販売しているか』という質問内容で調査を行なった。尚、解答数は105戸であった（表三）。

正卵の70%~80%のランクに約45%が集中した。又81%以上と答えた生産者が16.2%有り、破卵も重要な商品であると言えよう。

## (4) 正卵の販売先数

販売先としては総合農協、専門農協、鶏卵問屋、スーパー、小売店、大口消費者、庭先販売が上げられた。尚、解答数は139戸であった。

表三 破卵の販売先

解答数 111戸					
	庭先販売	正卵の出荷先	業者	自家用	計
戸数(戸)	48	49	11	3	111
比率(%)	43.2	44.1	9.9	2.7	100.0

注：1) 資料は表1と同じ

2) 業者には製菓店、給食センター、液卵業者が含まれる

表四 破卵の販売価格

解答数 105戸						
	未満 ~50%	以上未満 50~60	60~70	70~80	80~	計
戸数(戸)	1	16	24	47	17	105
比率(%)	1.0	15.2	22.9	44.8	16.2	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ

2) 破卵の販売価格は正卵に対する割合(%)で示した

取引先の数としては最高で7ヶ所があげられた。最も多かったものが1ヶ所であり、全体の7割を占めた。しかし実際は、ほとんどの農家で庭先販売が行われていると推定されるので、実際に1ヶ所みの農家数は激減すると思われる。又、表-12により取引先延数は215ヶ所と算出された。

(5) 販売先と販売理由 (意識調査)

これについては解答数は142戸であった。販売先としては鶏卵問屋が全体の約7割と最も多く、その多くが飼料代理店である。この事については販売理由を見れば明らかである。すなわち問屋出荷のうち約53%の生産者が販売理由として『飼料を買っているから。』を上げており、これによっても飼料によるインシテグレーションの様相が伺われる。又、総合農協へ出荷販売している生産者は全体の3割弱であり、販売理由も

表-11 正卵の取引先数

取引先数	1	2	3	4	5	6	7	計
戸数(戸)	99	18	14	5	1	1	1	139
比率(%)	71.2	13.0	10.1	3.6	0.7	0.7	0.7	100.0%

注：1) 資料は表1と同じ  
2) 取引先延数は215, 解答数139戸

表-12 販売先と販売理由 (意識調査)

解答数 142戸

※ 取引先の比率は解答数の142戸中のものとし( )内に示した販売理由の比率は、取引先別の戸数を分母とした

取引先数	戸数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	計	
総合農協	39 (27.5)	1 2.6	1 2.6	8 20.5	3 7.7	5 12.8	13 33.3	7 18.0	3 7.7	9 23.1	4 10.3	5 12.8	39 100.0%
専門農協	4 (2.8)			1 25.0			2 50.0				1 25.0	4 100.0%	
鶏卵問屋	102 (71.8)	5 4.9	2 2.0	15 14.7	3 2.9	6 5.9	54 52.9	15 14.7	2 2.0	15 14.7	2 2.0	12 11.8	102 100.0%
スーパー	12 (8.5)	5 41.7							2 16.7	3 25.0	1 8.3	2 16.7	12 100.0%
小売店	30 (21.1)	16 53.3						2 6.7		5 16.7		10 33.3	30 100.0%
大口消費者	4 (2.8)	1 25.0									1 25.0	2 50.0	4 100.0%
庭先販売	24 (16.9)	6 25.0								2 8.3	1 4.2	15 62.5	24 100.0%
計	215 (100.0)												

注：1) 取引先の比率は解答数142戸中のものとし、( )内に示した

2) 販売理由別割合は取引先別の戸数に対するものである

- 3) 販売理由は
- 1) 高く買ってくれるから
  - 2) 資金の援助を受けているから
  - 3) 価格が安定し、信用があるから
  - 4) ひなを買っているから
  - 5) 他に良い販売先が見つからないから
  - 6) 飼料を買っているから
  - 7) 集荷に来るから
  - 8) 大量に買ってくれるから
  - 9) 以前からずっと出しているから
  - 10) その他としては次のものがあげられている

総合農協：共同出荷の為  
卵の不足時に買うことができる為  
農業関係は全て農協を通しての為  
専門農協：組合に加入している為  
問屋：関連の鶏卵販売会社である為  
スーパー：消費者に新鮮な卵を利用してもらいたい為  
大口消費者：身内の為  
庭先販売：断りきれない為

『飼料を買っているから。』が多かった。専門農協への出荷者が4戸と少ないのは、岐阜県の専門農協自体の数が少ない事が理由としてあげられる。ここで販売理由のみについて見てみると、集出荷段階（農協・問屋）への出荷については『飼料を買っているから』という理由が多く、飼料による販売協定という形でのインテグレーションの様相が濃いと思われる。他に『価格が安定し信用がある』『集荷にくる』等が目立った。又、卸売小売段階（スーパー・小売店・消費者）への出荷については『高く買ってくれるから』が大半を占めた。しかし、全体的にみて『他に良い販売先が見つからないから』とか『以前から出しているから』といった消極的な販売理由をあげた生産者も全体の約3割とかなり多かったことは意外であった。

3) 生産者の販売価格決定方法及び査定方法

販売価格については、アンケート調査で次のような質問形式をとった。

販売価格：(A)相場 (B)サイズ (C)値 (D)円 (E)安高

- A：使用している相場
- B：基準とするサイズ
- C：高値, 中値, 安値
- D：Cからの価格差
- E：『安』 or 『高』

例えば全農東京相場を使用していて各サイズ別に安値の20円安(高)で取引している場合は、

販売価格：(全農東京)相場(各)サイズ(安)値 (20)円(安)

という解答形式になる。

そこでこの項では、生産者の販売価格決定方法として、地域別の使用相場、販売価格の基準価格決定方式、基準価格からの価格差について検討し、後に販売価格の査定方法について述べる。

(1) 地域別の使用相場（表-13）

使用相場については、全農東京相場・全農名古屋相場・名鳥卵相場・岐阜相場（岐阜経済連調べ）・東洋鶏卵相場及び自家相場の6相場が上げられた。尚解答数は取引先延数215戸中188戸であった。

岐阜県についてみると全農東京相場が全体の約3分の2、全農名古屋相場が約27%でこの2つの相場が全体の94%を占めた。

地域別にみると岐阜地区では全農東京相場がほとんどで、他に岐阜相場が2戸の生産者で使用されていた。大垣地区、中濃地域で多少全農名古屋相場が使用され、東濃地域ではそれが逆転し、全農名古屋相場が65%を占める様になり、飛騨地域では、ほとんど全農名古屋相場を使用していた。これによりある程度、相場（市場）圏なるものが推定されよう。尚名鳥卵相場、岐阜相場、東洋鶏卵相場についてはその用途を表-13に合わせて示した。

表-13 地域別の使用相場

取引先延数215中解答数188

	全農東京相場	全農名古屋相場	名鳥卵相場	岐阜相場	東洋鶏卵相場	自家相場	合計
岐阜地区	63			2			59
大垣地区	43	7	1	2			53
中濃地域	8	2	2	1			19
東濃地域	12	26	1		1		40
飛騨地域		15				2	17
全県	126	50	4	5	1	2	188
(比率)	(67.0)	(26.6)	(2.1)	(2.7)	(0.5)	(1.1)	(100.0%)

注：名鳥卵及び岐阜相場は以下の地域で以下に示すように使用されていた。

1) 名鳥卵相場用途

- 大垣地区：庭先販売用1戸
- 中濃地域：鶏卵問屋用2戸
- 東濃地域：庭先販売用1戸

2) 岐阜相場用途

- 大垣地区：庭先販売用2戸
- 中濃地域：庭先販売用1戸
- 岐阜地区：小売店用2戸

3) 東洋鶏卵相場用途：鶏卵問屋用1戸

(2) 販売価格の基準価格決定方式 (表-14)

受取卵価の決定方式は表-14のとおり17の方式がみられる。解答数は取引先延数215中185であった。尚鶏卵規格 (農林水産省規格) を表-15に示した。

17の方式のうち、各サイズ別、上位4サイズ (LL・L・M・MS) 別、上位4サイズ平均 (LL・L・M・MSサイズの単純平均) の3方式で全体の約3分の2を占めていた。

(3) 基準価格からの価格差 (表-16)

①集出荷段階 (総合農協・専門農協・鶏卵問屋) への出荷販売  
 解答数は取引先延数は215中125であった。

表-14 販売価格の基準価格決定方式

取引先延数215中解答数185

A群		B群		C群	
	(戸)		(戸)		(戸)
各サイズ別	70	全サイズ平均	6	非規格値	3
上位5サイズ別	1	上位5サイズ平均	1	特殊卵	1
上位4サイズ別	26	上位4サイズ平均	26	木箱混合	4
上位3サイズ別	3	上位3サイズ平均	1		
L・M・MS・Sサイズ別	4	LL・L・M・Sサイズ平均	1		
Mサイズ	31	L・M・MS・Sサイズ平均	1		
Lサイズ	3	L・M・Sサイズ平均	3		
sub-total	138		39		8

注：1) 資料は表1と同じ。

表-15 鶏卵の規格区分

Size	重	量
	以上	未満
LL	70 g	~ 76 g
L	64 g	~ 70 g
M	58 g	~ 64 g
MS	52 g	~ 58 g
S	46 g	~ 52 g
SS	40 g	~ 46 g

注)：資料：「鶏卵規格取引要綱」  
 (農林水産省規格区分)

表-16 基準価格からの価格差

(1) 集出荷段階への出荷販売 (安値からの価格差)

単位：円/kg

価格差 (円/kg)	-31 以下	-28 }	-25 }	-22 }	-19 }	-16 }	-13 }	-10 }	-7 }	-4 }	-1 }	0 以上	合計
取引先数	3	2	1	20	56	22	8	6	2	1	0	4	125
比率	2.4	1.6	0.8	16.0	44.8	17.6	6.4	4.8	1.6	0.8	0.0	3.2	100.0%

注：1) 取引先延数215中解答数125であった。

2) 平均価格差 安値-19.2円

(2) 卸売小売段階への出荷販売 (高値からの価格差)

取引先延数215中解答数54

価格差 (円/kg)	-33	-27	-25	-20	-15	-10	-9	±0	+3	+5	+10	+20	+30	+35	合計
取引先数	2	1	1	3	3	3	1	26	1	5	3	3	1	1	54
比率	3.7	1.8	1.8	5.6	5.6	5.6	1.8	48.2	1.8	9.3	5.6	5.6	1.8	1.8	100.0%

注：1) 取引先延数215中解答数54

2) 平均価格差 高値-1.5円

表に示したものは、使用相場の“安値”からの価格差である。

最低の-33円から最高の+7円の間40円の開きがあり、又-24~-16円の範囲で全体の約8割を占めた。全体平均は-19.2円であった。すなわち安値の19.2円安である。

②卸売小売段階（スーパー、小売店、消費者）への出荷販売

解答数は取引先延数215中54であった。

表に示したものは、使用相場の高値からの価格差である。

最低の-33円から最高の+35円の間68円の開きがあったが、約半数が高値そのままの価格で取引していた。全体を平均すると高値の1.5円安となった。

4) 販売価格査定方法

(1) 基準価格算出

①全農東京相場・全農名古屋相場・東洋鶏卵相場での算出方法

(i)基準価格決定方式A群の場合（表-14）A群の各サイズ別取引等7方式の基準価格算出には各サイズ別取引を例にして次の算出方法をとった。

②まず相場表（表-17, 18, 19）において各サイズの昭和56年1月から12月の各サイズ月別平均価格（中値）に各サイズ月別卸売量をウェイトした加重平均値を出し、月別平均価格とした。

月別平均価格

$$\frac{\text{（各サイズ月別平均価格} \times \text{各サイズ月別卸売量）の月間合計}}{\text{月別総卸売量}}$$

③次に②で算出した月別平均価格に月別総卸売量をウェイトした加重平均値を出し年間平均価格（中値）とした。

年間平均価格

$$\frac{\text{（月別平均価格} \times \text{月別卸売量）の年間合計}}{\text{年間総卸売量}}$$

④安値については、中値との価格差を全農東京相場・全農名古屋相場・東洋鶏卵相場それぞれ6円、7円、8円とし、③で算出した中値の年間平均価格より差し引いて求めた。

⑤高値については、中値との価格差を上記の3相場それぞれ9円、20円、7円とし③で算出した中値の年間平均価格に加算し求めた。

表-17 全農東京相場

Unit : yen/kg  
ZEN-NOH (Tokyo) 1982

Size	LL		L		M		MS		S		SS		月別卸売量
	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t
S.56. 1	1,989	335	4,419	350	3,416	372	1,003	387	331	390	40	385	11,198
2	1,922	353	3,802	376	3,556	393	1,010	402	384	411	74	406	10,748
3	2,109	358	4,601	378	3,591	408	1,028	410	372	393	50	380	11,751
4	1,989	286	4,341	301	3,885	312	1,006	313	400	314	69	299	11,690
5	1,892	261	4,611	269	4,218	275	1,184	270	404	255	73	245	12,382
6	1,934	273	4,670	279	4,520	285	1,339	283	419	280	80	271	12,962
7	1,469	265	3,987	270	4,742	266	1,523	261	549	259	92	249	12,362
8	1,207	296	3,697	301	4,338	292	1,485	263	562	249	95	239	11,384
9	1,347	330	3,728	341	4,326	339	1,370	326	546	295	76	285	11,393
10	1,529	342	4,072	351	4,268	360	1,369	355	389	349	49	339	11,676
11	1,720	343	4,043	353	3,527	376	1,129	386	313	395	46	385	10,778
12	1,771	390	4,282	403	4,104	423	1,185	429	387	426	54	416	11,783

注) 資料1) 食鳥鶏卵流通統計 昭和56年 農林水産省統計情報部

2) 鶏卵肉情報 (株)鶏卵肉情報センター 第447.451.456.460.464.470.471.474.478.483.487.489号

3) サイズ別価格は基準値

4) 各サイズの左欄に卸売量を右欄に平均価格を示した。

表-18 全農名古屋相場

Unit : yen/kg  
ZEN-NOH (Nagoya) 1982

Size	LL		L		M		MS		S		SS		月別卸売量
	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t	¥	t
S.56. 1	454	336	780	350	658	375	110	396	21	401	3	393	2,026
2	453	356	828	375	572	398	176	412	30	429	7	424	2,026
3	459	359	961	373	710	408	189	414	28	414	10	404	2,357
4	448	289	952	298	821	314	237	316	22	329	11	313	2,491
5	518	257	956	261	887	270	286	270	21	260	12	244	2,680
6	458	267	971	268	1,045	286	331	283	24	289	85	281	2,914
7	297	255	743	256	975	267	485	262	60	265	15	255	2,575
8	216	287	637	289	892	295	446	268	35	265	15	255	2,241
9	205	334	791	340	908	345	427	322	54	303	20	293	2,405
10	311	344	960	349	872	365	368	363	46	366	12	356	2,569
11	439	346	920	353	818	383	225	394	30	415	6	406	2,438
12	502	390	930	397	713	431	159	438	10	443	4	433	2,319

- 注) 資料 1) 食鳥鶏卵流通統計 昭和56年 農林水産省統計情報部  
 2) 三大市場相場比較表 全農名古屋鶏卵事務所提供 昭和58年1月  
 3) サイズ別価格は基準値  
 4) 各サイズの左欄に卸売量を右欄に平均価格を示した。

表-19 東洋鶏卵相場

Unit : yen/kg

TOHTO-KEIRAN 1982.

Size	L	
	t	¥
S.56. 1	4,419	346
2	3,802	376
3	4,601	379
4	4,341	300
5	4,611	269
6	4,670	280
7	3,987	273
8	3,697	302
9	3,728	341
10	4,072	352
11	4,043	354
12	4,282	406

注: 資料 1) 鶏卵肉情報 (株)鶏卵肉情報センター  
 第447.451.456.460.464.470.471.474.  
 478.483.487.489号

	安 値	高 値
全農東京相場	中値 - 6円	中値 + 9円
全農名古屋相場	中値 - 7円	中値 + 20円
東洋鶏卵相場	中値 - 8円	中値 + 7円

同様にして上位5サイズ, 上位4位サイズ, 上位3サイズ, L・M・MS・Sサイズ・Lサイズ・Mサイズの基準価格を算出した。

(ii) 基準価格決定方式B群の場合

B群の全サイズ平均取引等の7方式の基準価格算出には, 全サイズ平均を例にして次の算出方法をとっ

た。

まず各相場表において全サイズの月別平均価格を単純平均し月別平均価格とした。次にA群の⑥と同様にして年間平均価格（中値）を算出し、A群の③、④と同様にして安値・高値を算出した。

同様にしてB群の上位5サイズ平均、上位4サイズ、上位3サイズ平均、LL・L・M・Sサイズ平均、L・M・Sサイズ平均を算出した。

## ②名鳥卵相場での算出方法（C群の算出方法）

名鳥卵（名古屋食鶏卵）で出している相場は木箱相場であり基準価格決定方式のC群の『木箱』にあたる。名鳥卵相場（表-20）により年間平均価格を査定したが、卸売量が、入手できなかった為、月別平均価格を単純平均して年間平均価格とした。尚C群の木箱以外の『非規格、特殊卵』について、及び販売価格の使用相場で『自家相場』については資料不足により査定不可能であった。

表-20 名鳥卵相場

		Unit : yen/kg	
		High (高値)	Mid (安値)
S.56.	1	¥ 335.1	¥ 285.1
	2	356.6	306.6
	3	359.1	309.1
	4	281.3	231.3
	5	245.3	195.3
	6	254.8	204.8
	7	239.4	189.4
	8	270.7	220.7
	9	319.5	269.5
	10	339.4	289.4
	11	348.0	298.0
	12	386.0	336.0

## (2) 販売価格の査定

(1)で求めた基準価格と生産者毎・取引先毎の価格差により取引先別の販売価格を査定した。

## (3) 生産者受取価格（農家販売価格）の査定

生産者受取価格は、(2)で査定した取引先別販売価格に販売割合をウェイトした平均値を出し、それを生産者受取価格とした。尚、庭先販売については販売割合が10%以上の場合のみ「1取引先」として扱った。

## 2. 規模別・取引先別にみたマーケティングの特徴

### 1) 規模別・取引先別販売価格（表-21）

全体的に見るとほとんどの取引先において羽数規模の拡大につれて販売価格の高値傾向が見られた。

個々の取引先について見ると、総合農協では1,000~2,999羽クラスで307.0円と3,000~4,999羽、5,000~9,999羽クラスよりもやや高い結果が出たが、これは飛騨地域において農協の販売所（Aコープ）へ直接ダンボール詰め出荷をしている生産者が2戸、査定価格329.1円、311.1円とこのクラスでは他の例よりもかなり高い値で取引している為であり、この2例を特に特殊例として除くと、このクラスの総合農協出荷価格は303.7円となる。

次に専門農協への出荷については回答戸数が4戸と少なかったが、規模増大による高値傾向がみられた。鶏卵問屋についても同様の傾向がみられるが10,000~49,999羽クラスにおいて305.3円という低い値を示した。この原因は、中濃地域における2戸が名鳥卵木箱相場による木箱出荷をしており、査定価格が2戸共251.3円と他の問屋出荷の例より極めて低い値から出荷形態の相違とみられる。この2例を除外すると308.9円と計算される。以上のように集出荷段階への販売価格は何れのルートについても羽数規模の拡大につれて販売卵価も上昇する傾向がみられる。

しかし卸売小売段階への出荷販売についてはスーパーへの出荷を除いて必ずしも同様の傾向は確認されなかった。

取引先別にみると集出荷段階への出荷については、専門農協305.9円、鶏卵問屋306.9円、総合農協308.0円となっている。総合農協が高くなっているのは、Aコープ、農協販売所等への直接販売例があることに基づくもので、このような農家は殆んど手を加えず、バラ詰めで出荷している。

卸売・小売段階への出荷については、スーパー、大口消費者へであり、340円台で販売しており、これは全農東京相場の高値に相当している（全農東京相場の査定による年間平均価格はサイズ別取引方式で340.7円であった）。

次に集出荷段階への出荷と卸売小売段階への出荷の販売価格を比較してみよう。集出荷段階での販売価

注) 資料1) 名古屋食鳥鶏卵提供

格は307.1円、卸売小売段階での平均販売価格は342.9円であった。この価格差は取引先別の格差は32.1~39.3円で平均35.8円である。

2) 農家販売価格の分布

生産者の鶏卵販売価格を3円のみで度数分布図に表わしたものが図-2である。この図によれば販売価格が302円~308円層を中心の一つの山が、338円~341円層を中心にもう一つの山がみられる。前者の山は主に集出荷段階出荷における販売価格であり、後者の山は、卸売・小卸段階出荷における販売価格であると推察される。すなわち前者の平均価格は307.1円であり、後者の平均価格は342.9円であった。

3. 地域別鶏卵マーケティングの特徴

1) 岐阜地区

岐阜地区の販売価格は県平均に近く、鶏卵販売先は鶏卵問屋が多い。(表-22)。

表-23に示すように岐阜地区で基金加入率が42.0%と他地区に比べ高く、又人口1人当たり鶏羽数も飛驒に次いで少ない。

農協流通については経済連の集卵日量が全体の40%を占め、成鶏めす羽数も地区内の18.4%を占め、農協流通の基盤の一つとなっている。

他地区からの入荷・県外出荷も多く、岐阜県の鶏卵流通の中核となっている。

2) 大垣地区

大垣地区の販売価格もほぼ平均に近く、農協出荷における価格が岐阜地区よりやや高いとみられる。

1戸当り飼養羽数は県平均に近いが、人口1人当り羽数は30羽/と多く、東濃地区と同様生産地区となっている。

1人当り飼養羽数は岐阜地区の半分であり、小規模飼養者が多い。鶏卵出荷は岐阜市や名古屋市への移出の他、隣接する滋賀県への移出も多い。

3) 中濃地区

農協出荷が得られず、問屋出荷のみとなったが、販売価格は288.5円と低い。農協流通はほとんどみられず、直接地場販売と問屋流通で大半を占め、問屋出荷においても県外出荷が中心である。

1戸当り羽数も小規模で飛驒に次いで低い。すなわち小規模農家で卸売・小売段階出荷が多

表-21 規模別販売価格

羽数規模	販売価格										卸売小売段階 342.9		
	総合農協	専門農協	鶏卵問屋	スーパー	小売	店	大口消費者	庭先	卸売	小売			
1,000	307.0 (303.7)	10 (8)	—	304.7	14	340.7	1	346.8 (336.9)	4 (3)	340.7	1	333.0	5
3,000	303.1	7	303.8	305.9	13	—	0	336.9	1	—	0	341.9	1
5,000	305.7	4	305.8	306.1	22	340.7	1	345.3	5	340.7	1	356.7 (352.5)	6 (5)
10,000	315.9	7	—	305.3 (308.9)	32 (30)	342.1	4	342.1	9	346.9	1	349.7	4
50,000	314.2	4	306.9	307.1	7	352.4	3	337.3	5	—	0	354.2 (342.4)	3 (2)
計	308.8 (308.0)	32 (30)	305.9	305.6 (306.9)	88 (86)	345.2	9	342.3 (340.9)	24 (23)	342.8	3	347.8 (344.3)	19 (17)
平均													

(注) : 1) 1~999羽層には解答がなかった。

2) 販売価格の右欄に戸数を示した。

3) ( )内は、特殊例を除いた値である。

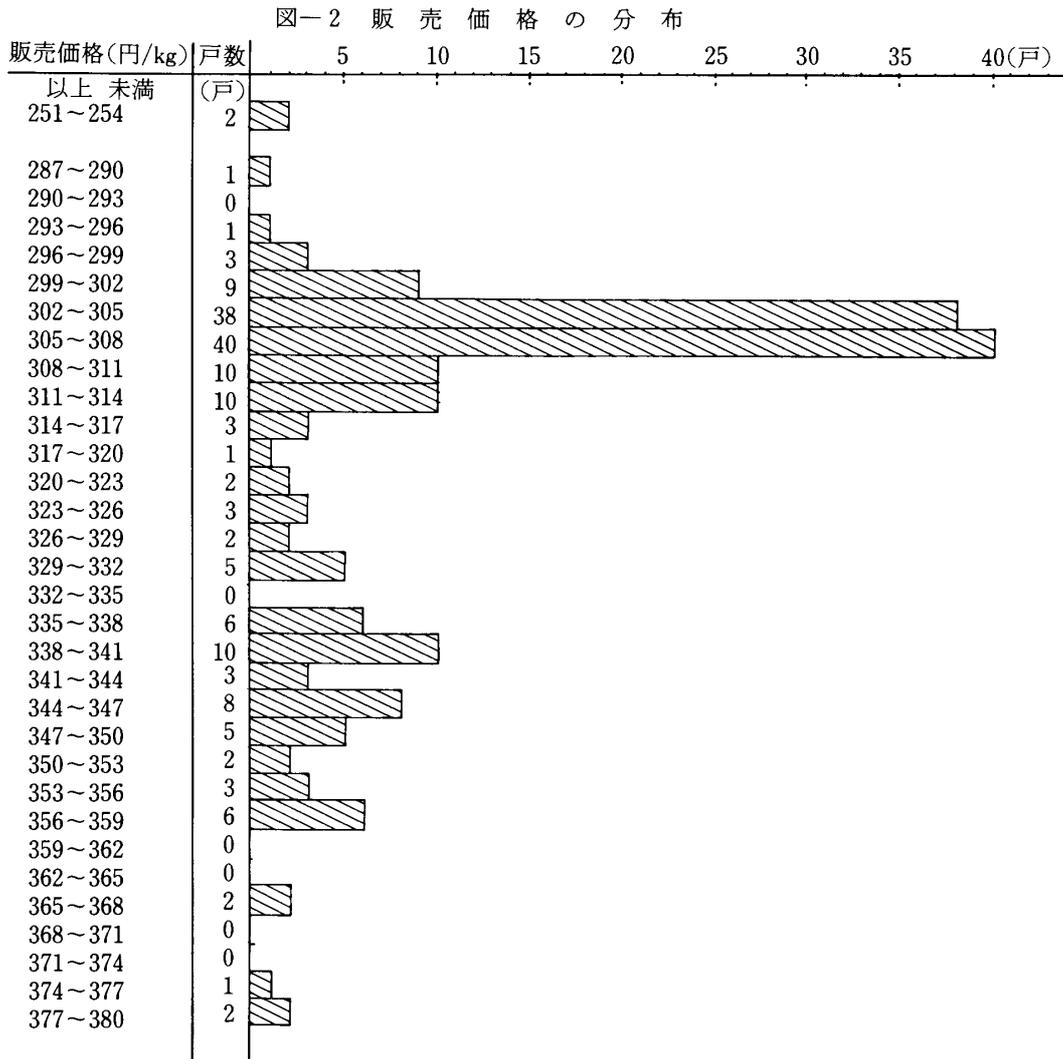


表-22 地域別販売価格

取引先延数215中査定可能戸数179戸 単位：円/kg

	総合農協	専門農協	鶏卵問屋	スーパー	小売店	大口消費者	庭先販売							
岐阜地区	306.2	8	304.8	2	306.5	35	340.7	3	340.1	7	343.8	2	333.7	6
大垣地区	307.4	11	305.8	1	306.4	29	340.7	1	334.9	5	340.7	1	343.3	5
中濃地域	—	0	—	0	288.5	7	—	0	343.4	4	—	0	356.9	2
東濃地域	306.3	10	308.1	1	307.3	11	352.4	3	351.7	5	—	0	361.9	5
飛騨地域	329.8	3	—	0	313.9	6	343.5	2	342.9	3	—	0	366.7	1
全県平均	308.8	32	305.9	4	305.6	88	345.2	9	342.3	24	342.8	3	347.8	19

注)：販売価格は、1kg当りの価格  
販売価格の右欄は、戸数

い。武儀地区（関市，美濃市，武儀郡）では直接販売（地場流通）が多いのに対して可児・加茂地区（可児郡，美濃加茂市，加茂郡）ではスーパーを中心に行なわれている。

規模拡大につれて地場販売から問屋流通への移行，県外移出の拡大という形で表われている。これは特に加茂地区，郡上地区で大羽数（5～10万羽）の会社直営農場や県外の間屋，飼料商によるインテグレーション（販売協定形態のもの）で，配送費も生産者負担で手取卵価は著しく低い。そのことはまた飼養羽数に対する経済連の集卵シェアが0.15%と低い結果となっている。

4) 東濃地区

表-23 地域別生産者状況

	岐阜地区	大垣地区	中濃地区	東濃地区	飛驒地区	全 県
採卵鶏成鶏めす飼養羽数	946,800	1,125,500	710,900	1,290,000	140,300	4,213,500 羽
採卵鶏成鶏めす飼養戸数 B	236	515	454	472	151	1,828 戸
1戸当り飼養羽数 A/B	4,021	2,185	1,566	2,733	929	2,305羽/戸
地域別人口 C	749,380	376,805	337,019	335,399	175,463	1,974,066 人
人口1人当り羽数 A/C	1.3	3.0	2.1	3.8	0.8	2.1羽/人
基金加入者数 D	99	75	15	26	8	223 戸
基金加入率 D/B	42.0	14.6	3.3	5.5	5.3	12.2 %
アンケート回収戸数 E	54	50	6	26	8	144 戸
比 率	37.5	34.7	4.2	18.1	5.6	100.0 %
アンケート浸透率 E/B	22.9	9.7	1.3	5.5	5.3	7.9 %

注) : 資料1) 第29次 岐阜県農林水産統計年報 1981~'82

2) 全日本卵価安定基金加入者名簿 昭和57年度

3) 採卵鶏成鶏めす羽数及び戸数は昭和57年2月1日現在

4) 人口は、都道府県推計人口調査 昭和56年10月現在

表-24 岐阜県経済連の鶏卵集荷状況

	岐阜地区	大垣地区	中濃地区	東濃地区	飛驒地区	全 県
集卵日量 (kg)	7,285	7,800	1,053	2,500	0	18,642kg
集卵比率 (%)	39.1	41.8	5.7	13.4	0.0	100.0%
集卵農家飼養羽数 (羽)	174,000	185,200	24,670	59,500	0	443,370羽
地域別総羽数 に対するシェア (%)	18.38	16.45	0.15	0.19	0.0	10.52%

注 : 資料 : 岐阜県経済農業協同組合連合会養鶏課提供

東濃地区は全体として県平均水準の販売価格であり、1戸当り羽数も多く、人口1人当り羽数は3.8羽と県下で最高であり、生産地域となっている。

取引先からみれば農協流通と問屋流通が相半ばしており、基金加入率(商系)は低く、経済連のシェアも0.19%と低い。

東濃地区は恵那地区と土岐地区に大別されるが、前者では坂下町の「原養鶏」のように大規模なものもあるが平均的にみれば小羽数養鶏農家が多い。これらは農協流通として、中京市場に出荷される。

土岐地区は1戸当り羽数が8,474羽と大きく、県外からの採卵養鶏家の移入者や会社直営農場も多い。生産者の販売状況は問屋出荷と自社G.Pによる鶏卵処理の後、中京市場出荷とみることができる。この地区は1人当り羽数も4.3羽となり、75%以上は地区外出荷と考えられる。

### 5) 飛驒地区

表-25 取引先数による農家販売価額

取 引 先 数	解答数142戸				Total
	1ヶ所	2ヶ所	3ヶ所	4ヶ所以上 (Ave.5.3)	
戸 数 (戸)	99	24	15	4	142
比 率 (%)	69.7	16.9	10.6	2.8	100.0%
査定可能戸数(戸)	78	11	11	4	104 (73.2%)
販売価額 (円/kg)	305.1	316.5	322.9	328.1	309.1
価 格 差 (円/kg)	11.4		6.4	5.2	

注 : 庭先販売については、その販売量が全量の10%以上の場合のみ1取引先とした。

人口1人当たり羽数は0.8羽で低く、鶏卵不足地帯であり、四季を通じての観光客の流入はその性格を一層強くさせている。そのため、卵価は一般に高く、地区の生産者は直接、商店やスーパーに直取引を行なっている。

したがって流通の性格は「地場流通」であり、「売り手市場」となっている。

このことから「飛驒（高山）卵価圏」が形成されており、販売卵価は高値安定しているものと考えられる。

#### 4. マーケティングの類型化と生産者受取価格

生産者受取価格は、生産者1戸の平均鶏卵販売価格であり、取引先別販売価格にその販売割合を乗じた加重平均値で表わされている。

ここでは取引先数による生産者受取卵価の変動、生産者の販売管理類型別生産者受取卵価、生産者手取率及び流通費について検討する。

##### 1) 取引先数による生産者受取価格

本調査による鶏卵生産者の取引先数は1ヶ所から7ヶ所にわたっているが、サンプル数から1ヶ所から、2ヶ所、3ヶ所、4ヶ所以上の4グループに分けて受取卵価をみたのが表-25である。

142戸のうち1ヶ所が69.7%、2ヶ所が16.9%、3ヶ所が10.6%、4ヶ所以上（平均5.3）が2.8%となり、取引先数を多くする農家は少なくなっている。

生産者受取卵価は取引先数の増大につれて上昇した。すなわち、1ヶ所が305円、2ヶ所が317円、3ヶ所が323円、4ヶ所以上が328円である。価格差はそれぞれ12円、6円、5円で減少気味であるが、取引先の単数と複数の場合の価格差は明らかであるといえよう。

何故かといえば、今迄の検討でみるように生産者の販売活動が1ヶ所の場合、全くないか、インテグレーション下にあることを示すのに対し、2ヶ所以上では、販売活動が入り、相互比較による意志決定や、交渉力（Bargaining power）を発揮させる余地が残されているからである。

##### 2) 生産者の販売管理類型別生産者受取価格

生産者の行なっている販売管理をG・P処理（格付包装処理）の有無と取引先の単複の2点

表-26 生産者受取価格（販売管理形態別）

G P 処 理	第 1 形 態 (完全販売委託型)		第 2 形 態 (不完全販売管理型)		第 3 形 態 (不完全販売委託型)		第 4 形 態 (完全販売管理型)		解 答 な し	合 計
	単 一	複 数	単 一	複 数	単 一	複 数	単 一	複 数		
取 引 先 数	93	29	6	14	2	144				
調 査 戸 数	(戸)									
割 合	64.6	20.1	4.2	9.7	1.4	100.0%				
「販売協定」による戸数	48(51.6)	12(41.4)	3(50.0)	4(29.6)		67(46.5%)				
査定可能戸数	(戸)									
平均取引先数	1.0	2.2	1.0	3.5						
生産者受取価格	303.9	312.9	322.3	333.9						
価 格 差	(円/kg)	9.0	9.4	11.6						
G P 処理の有無での価格	(円/kg)	305.5	330.0							
価 格 差	(円/kg)	24.5								

注：1) 底先販売に関しては、生産者の鶏卵販売量の10%以上を占める場合のみ、1取引先とした。

により、4形態に分類したのが表-26である。

第1形態は、出荷段階の作業として破卵、汚卵、格外卵(主に3L, S, SSサイズ)を除く程度でG.P処理を行わず、取引先が単一化しているグループで完全販売委託型と呼ぼう。

第2形態は第1形態同様にG.P処理は行わないが取引先が複数である場合で、不完全販売管理型と名付けられる。

第3形態は、鶏卵を格付し、パック、ダンボール等に詰めて販売するというG.P処理(商品化管理の一つ)を行なっているが取引先が単一な場合で不完全販売委託型と考えられる。格付にあたっては機械選別より手選別が多いといえる。

第4形態は第3形態と同様、G.P処理を行ない、複数の取引先をもつ場合で完全販売管理型と名付けよう。

以下、若干、各形態の性格をみてみよう。

第1形態はインテグレーション傘下で、鶏卵販売代金から飼料代金を差引き、その差額を受けとる生産管理重点の生産者である。第2形態もインテグレーション下の羽数を一定割合もつが、他方、自由な鶏羽数を持ちながら、スーパー、小売店、大口消費者、庭先販売等の取引先をもっており、インテグレーションの深度は第1形態より浅い。しかし、インテグレーターへの出荷が中心となっているものである。

第3形態もG.P処理は行うがインテグレーターに販売することには変わりはない。けれども、G.P処理を行うことにより、価格上昇による収益増を狙うことができる。しかし第4形態では生産者による多面的な販売活動を主体的に行ないうるものである。

以下、形態別に戸数割合、取引先数、生産者受取卵価について検討してみよう。

解答戸数142戸のうち、第1形態 93戸、第2形態 29戸、第3形態 6戸、第4形態 14戸であった。その割合はそれぞれ65%、20%、4%、10%となり、G.P処理農家は14%にすぎなかった。

インテグレーション(販売協定)傘下の生産者割合は、第1形態から順に74%、41%、50%、28%と減少するがこの割合は第1形態と第3形態の単一取引形態で50%以上となっている。

平均取引先数は第1形態、第3形態では1ヶ所であるのは当然であるが、第2形態で2.2ヶ所、第4形態で3.5ヶ所となりG.P処理を行なうことにより、取引先数の増加が可能となっている。又G.P処理を行うことにより取引先の複数化が必要となってくる。すなわち、正卵の取引先の他に、破卵、格外卵等の取引先が必要となってくるからである。

生産者受取卵価は第1形態で304円、第2形態で313円、第3形態で322円、第4形態では、334円と形態の進行につれて卵価は上昇している。

G.P処理をしない第I、III形態では306円であるのに対してG.P処理群では330円と24円高くなっている。この差はすべてG.P経費と速断してはならない。傾向的に高く形成され、販売努力によるものとみるべきであろう。

## 結 論

本研究は鶏卵生産者を起点とした前進的統合(Forward type integration)の事例として、販売側面を販売管理として位置づけようとしたものである。

生産者手取率が漸減傾向の中で研究の目的を① 羽数飼養規模と生産者手取率の傾向、② 岐阜県内の卵価形成圏、③ 養鶏生産者を、4つの販売管理形態に分けて生産者販売価格との関係を考察することの3点においた。

羽数拡大につれて受取卵価が上昇するのは、単に大量取引の経済性のみならず、販売の多角化、G.P処理作業を行なうことによっている。

本文での分析のように完全販売委託型、不完全販売管理型、不完全販売委託型、および完全販売管理型と大別する時、形態の変化につれて、生産者受取卵価が上昇するのである。

この傾向は飼料商なり、インテグレーターを起点にするならば、インテグレーターの後進型統合(Backward type integration)として働らくかも知れない。

## 謝 辞

本研究を実施したのは共著者の畦上光弘君の他、寺田新吾、林 香江、辻純三郎、太田欽也の諸君と共に鶏卵共同研究を行なった成果の一部である。千田正作教授から研究上さまざまな配慮を載いた。又、調査農家、経済連、各農協、飼料商協同組合の皆様にも大変お世話になった。

以上の皆さんに対し、深謝の意を表したい。

## 参 考 文 献

- 1) 杉山道雄：「日本における鶏卵流通の展開とその特質——アメリカとの比較——」『農林経済研究』7. 1982. pp. 74-90.
- 2) 杉山道雄：同上 74-90
- 3) 杉山道雄：同上
- 4) 杉山道雄：「農協型G.Pの存在構造」日本畜産学会（1984）名古屋大会で発表。
- 5) 杉山道雄：「企業的経営の規模拡大と労働力問題」『農業と経済』8. 1985.
- 6) 成鶏飼料費は鶏卵生産費中70%以上占めるのでトン当たり飼料費の価格の高低は大きな経営問題である。したがって、経営学の構成の1つとして、資材購入論、生産管理論、生産物販売論（その一部は本稿で検討）、資本循環論などは重要な分野である。