

そ菜の共同出荷についての一考察

穴 見 博

は し が き

一、そ菜の出荷形態と市場の規模
二、共同出荷と大規模市場

三、産地間競争と共同出荷の体制

(一) 共同出荷と産地間競争
(二) 共同出荷と共販率

は し が き

農産物の共同出荷は、「種類商品」⁽¹⁾の大量化によって流通費の節約をはかるという点からすれば、「農民生産物の種類および品種の雑多性」⁽²⁾のために一般に困難であるとされている。そのうえ、農産物の生産は季節的で、かつ、そ菜、果実のように腐敗しやすいものが多いので、平均売りによる価格の安定化という効果もなかなか期待しにくい、といつてよいだろう。

しかし、最近、成長農産物としての青果物、畜産物の消費の増大に支えられて、農産物についても、共同出荷の発展の傾向がうかがわれるようになってゐる。例えば、農林中金のアンケート調査によつてみると、販売面での農家の農協利用率は、青果物については、昭和三七年度の三三パーセントから昭和三八年度の三五パーセントへ、畜

産物については、二八パーセントから三一パーセントへと、それぞれ増加傾向をしめしている。⁽³⁾

いふまでもなく、農産物の共同出荷は、流通費の節約という合理的な役割の遂行をとまなうのであって、右にみるような共同出荷の発展傾向の背後には、このような合理性への指向が貫かれている、とみてよいだろう。しかし、他方では、この合理性への指向は、農産物市場をめぐるはげしい販売競争を通してのみ達せられる、ということも忘れてはならないだろう。

さて、われわれは、最近九州、四国の各地域におけるそ菜の生産、流通についての調査をおこなう機会をえた。本稿においては、これらの調査のいろいろな事例を素材として利用しながら、共同出荷の諸問題のうち、共同出荷と大規模市場との対応および共同出荷の体制と与える産地間競争の影響、という二つの点を取りあげ、われわれの考えをのべてみたいと思う。

・注(1) 東畑精一『協同組合と農業問題』三八五頁。

(2) 『同右』三八九頁。

(3) 農林中央金庫『農林金融の実情』一九六四年版、八四頁、第二三表による。

一、そ菜の出荷形態と市場の規模

われわれは、まず、そ菜の出荷形態と市場の規模との関連について検討することから始めよう。ところで、市場をめぐる販売競争という点からみると、そ菜の出荷形態は、農家個人の直接市場出荷（以下個人出荷と略す）、協同組合による市場出荷、すなわち共同出荷、中間商人による市場出荷の三つに大別されるのであるが、右のうち、中間商人による出荷についての考察をしばらく後廻しにすることにしよう。

第1表 市場別青果物取扱高(昭和38)

市 場 名	そ 菜	果 実	合 計	住民登録人口
	百万円	百万円	百万円	千人
東 京	41,612	39,398	81,010	8,446
横 浜	4,341	4,143	8,484	1,537
名 古 屋	8,233	7,994	16,227	1,859
京 都	5,469	5,294	10,763	1,365
大 阪	11,082	12,921	24,003	3,110
神 戸	3,353	5,001	8,354	1,148
北 九 州	2,761	2,919	5,680	1,070
福 岡	2,273	2,015	4,288	717
松 山	814	952	1,766	276

注：東京以下6市場は、東京都『昭和38年東京都中央卸売市場年報』（農産物編）462頁による。

北九州市場は、北九州青果株式会社『昭和38年度年鑑』による。福岡市場は、福岡大同青果株式会社資料による。

松山市場は、愛媛県『愛媛県における野菜流通の実態と問題点』36頁による。

住民登録人口は、全国市長会編『日本都市年鑑』（昭和40年）による。ただし昭和38年10月1日現在。

さて、われわれは、残された二つの出荷形態と市場の規模との関連について検討することによって、共同出荷は大規模市場に対応し、個人出荷は小規模市場に対応する、という図式化をおこなうことができると思える。このような図式化がどの程度の妥当性をもつかは、叙述を進めていくなかで明らかにされるだろう。

ここでことわっておかなければならないが、われわれは、市場の規模についていうときには、卸売市場、または卸売人の取扱高の規模だけでなく、買受人の買上高の規模も考慮しているのである。

例えば、大規模市場というときには、一般に買受人一人当りの買上高の規模の大きな卸売市場をさしているのである。具体的な事例でいえば、福岡市場は松山市場にくらべて大規模市場である、といういい方をする⁽¹⁾。

ところで、われわれが後にみるように、福岡県

第2表 福岡市長浜市場の買受人(昭和39年度)

買受の分	人数	年間高 買上	左率 同百分	買受人1人 当り買上高
仲買商	26	1,798	64.8	69.2
小売商	176	980	35.2	5.6
合計	202	2,778	100.0	10.3

注. 福岡大同青果株式会社調。ただし、小売商の数は1日平均「せり」参加者をあげた。

売買参加者組合の登録組合員数は昭和40年3月末で254人となっている。

のばあいには、最近、大阪市場や京都市場などの県外大規模市場へ向けての共同出荷の発展傾向がうかがわれる。⁽³⁾それと反対に、愛媛県においては、津島教授の調査報告にみられるように、「圧倒的に多い農家の個人出荷と極めて低調な共同出荷」がおこなわれている。このような事例は、共同出荷は大規模市場に対応し、個人出荷は小規模市場に対応する、というわれわれの図式化が何らかの妥当性をもつことを示してくれるように思われる。

それはさておき、買受人一人当りの買上高の規模は、一般に、卸売市場の総取扱高の大きさに比例している、とみてよいだろう。こういう意味でいえば、本稿において使用する大規模市場ということは、総取扱高の大きな卸売市場のことをさしている、と考えていただいて差支えないわけである。参考のために、代表的な卸売市場の総取扱高を第一表に示しておいた。

もつとも、ある比較的大きな取扱高をもつ卸売市場についてみると、そのなかには買上高の大きな買受人もいるし、小さな買受人もいる。例えば、福岡市の長浜市場⁽³⁾についてみると、ここには、買受人の一方のグループとして、年間買上高一人平均七千万円に近い仲買商二六人が存在し、これとやらんで、他方のグループとして、年間買上高一人平均六百万円に満たない小売商一七六人が存在している(第二表)。これは、ひとつの卸売市場のなかに大規模市場と小規模市場とが

第3表 高知県のそ菜生産 (昭和39)

(単位: %)

				作付面積	生産量	出荷量
き	ゆ	う	り	44.3	54.9	59.5
ト	マ		ト	6.1	9.2	9.8
な			す	3.8	5.7	6.1
ピ	一	マ	ン	3.0	4.4	4.8
小			計	57.2	74.2	80.2
合			計	100.0	100.0	100.0
				ha (2,328)	トン (83,366)	トン (80,106)

注. 高知県『昭和40年度高知県青果物生産出荷計画書』により作成。
 かつこ内は実数の合計。

並存している状態である、とみることができよう。ただし、なぜこのような複合的な構造をもつ卸売市場が存在することになるか、についての検討は他の機会におこなうことにしたい。

さて、長浜市場においては、共同出荷されるそ菜は買上高の大きな仲買商グループによってせり落され、個人出荷されるそ菜は買上高の小さな小売商グループによってせり落されている。こうして、このばあいにも、共同出荷には大規模市場が対応し、個人出荷には小規模市場が対応する、というわれわれの図式化があてはまるとみなすことができるのである。さて、大規模市場に対応する共同出荷、小規模市場に対応する個人出荷、という出荷形態の二つの型のちがいは、基本的には、そ菜生産の発展段階のちがいでできると考えなければならぬだろう。

まず、発展段階の高い産地における出荷形態について考えてみよう。

そ菜生産が進展するにつれて、産地のそ菜の品目、品種、作型は、雑多なものから特定なものへと、次第に移行するであろう。例えば、そ菜生産の進んでいる高知県についてみると、きゅうり、トマト、なす、ピーマンという特定四品目のしめる割合が、そ菜生産全体のなかで非常に高くなっている(第三表)。なお、右の四品目は、いずれも抑制(おそ出

第4表 早出しきゅうり販売農家の作付坪数（福岡県A町）

	きゅうり販売 農家数	作付坪数	1戸当り 作付坪数
昭和39	183	32,000	175
40	138	26,000	188

注・A町農協調。

そ菜の共同出荷についての一考察

一四二

し）、および促成（早出し）という作型が主要なものである。

そ菜生産のこのような発展にともなつて、共同出荷の条件もととのつてくる。というのは、第一に、品目、品種、作型の単一化、特定化したそ菜が、大量に生産され、出荷されるからである。第二に、分業の導入がおこなわれるからである。

第二の点について、もう少し説明を加えよう。そ菜販売農家は、そ菜生産の専門化にともなつて生産規模が拡大してくると、販売を農協に任せ、こうして節約された時間と費用を、もっぱら生産力を高め、生産数量、ひいては彼の利潤をふやすことに向けた方が有利だ、と考えるようになる。もちろん、生産力が高まれば、そ菜の単位数量当りの価格、したがつて、そのなかに含まれる利潤は低下する傾向がある。しかし、生産数量が、価格および利潤のこのような低下をカバーできるほどに増大するならば、そ菜販売農家の利潤は、結局のところ増加するだろう。

それはとにかく、右のような分業の導入による生産過程と販売過程との分離の結果、農協は、ますます大量のそ菜を出荷することができるようになるのである。

そ菜販売農家の生産規模が、そ菜生産の専門化にともなつて拡大していく事例として、福岡県における最大の早出しきゅうりの産地であるA町のばあいをみよう。第四表に示めすように、早出しきゅうり販売農家の一戸当り作付面積は、昭和三九年の一七五坪から昭和四〇年の一八八坪に増大している。

ここで、ついでに、第四表にみる販売農家数の減少についてのべておこう。この減少は昭和三九年の早出しきゅうりの価格が、前年にくらべて下落したために生じたのである。すなわち、福岡県内市場のキロ当り総平均価格で見ると、四月は前年の八五円から七二円に、五月は五八円から三三円に、六月は三八円から一七円に下落している。こうして、A町では、きゅうり販売農家の四分の一が早出しきゅうりの生産を放棄したのである。価格の騰落によるきゅうり販売農家数の増減は今後もつづくだろう。しかし、このことは、産地の中核としてのきゅうり販売農家が価格の騰落にかかわりなく形成されていく、ということを示し、少しも妨げるものではなからう。

話をもとに戻すことにしよう。

産地の側からいえば、そ菜生産が発展、専門化し、共同出荷がおこなわれるようになると、大量の荷をひとまとめに受入れてくれる大規模市場を選択することが、流通経費の節約のために必要となる。また、大規模市場の卸売人や買受人の側からいっても、こういう産地の品質のそろった大量の荷、いわゆる規格荷をひとまとめに取引する方が都合がよい。というのは、それぞれに荷主のちがう小口の荷、いわゆるバラ荷を取り引きするのにくらべ、経費も時間も節約されるからである。

さらに、産地の側からいって、大量のそ菜を安定した、有利な価格で販売するためにも、大規模市場を選択することが必要となる。参考のために、福岡県のそ菜市场についてみると、第五表に示すように、規模の大きな市場ほど、平均単価が高くなっていることがわかる。また、規模の大きな市場グループにおける平均単価の最高と最低の値幅が小さく、したがって価格が安定していることがわかる。大規模市場の卸売人や買受人の側からいっても、かれらの安定した利潤を確保するために、産地が大量のそ菜を継続して出荷してくれることを歓迎するのである。

第5表 福岡県におけるそ菜の市場別平均単価 (昭和39)

(単位: 円/kg)

市場別 そ菜の 取扱高 模	(市場数)	総平均単価	最高単価 A	最低単価 B	A-B
2億円以上グループ	(10)	26.56	30.51	23.75	6.76
1~2億円 "	(8)	24.08	27.48	18.16	9.32
1億円未満 "	(65)	22.69	30.05	13.86	16.19
合 計	(83)	23.17	—	—	—

注. 福岡県農政部園芸課資料により作成。

総平均単価は、各グループにぞくする個々の市場の平均単価(そ菜取扱価額/そ菜取扱数量)の算術平均。最高単価、最低単価は、上述した個々の市場の平均単価の最高、最低をとった。

そ菜の共同出荷についての一考察

一四四

右のようにして、発展段階の高いそ菜産地のばあいには、共同出荷と大規模市場との対応関係がくりだされることになる。

こんどは、発展段階の後れてる産地における出荷形態について考えてみよう。

右のような産地では、個々の農家は、いろいろな品目、品種、作型のそ菜を少量ずつ生産している。これらのそ菜を、仮に品目毎に、一村の規模でよせ集めてみたところで、共同出荷が可能となるような数量にはまとまらない。したがって、商人の介在を抜きにしていえば、市場への販売は、個人出荷という形態をとらざるをえないことになる。しかも、出荷先の市場は、個々の農家の出荷するそ菜が少量のバラ荷であるから、このようなバラ荷を引取るのに相応した大きさの買上高をもつ小規模市場でなければならぬ。

ところで、小規模市場は、わずかの入荷量の変動がいちじるしい価格の騰落をひき起す、という性格をもっているのとみてよい。この点を直接にたしかめる資料を準備していないが、少なくとも、先にあげた第五表は、小規模市場における価格形成の不安定さを示している。つまり、この表によれば、小規模市場グループにおける平均単価の最高と最低の値幅は、大規模市場グループとくらべて、かなり大きくなっているのである。さらに、小規模市場は、

第五表が示すかぎりでいえば、大規模市場とくらべて不利な平均単価をもたらすもののように思われる。

もっとも、そ菜生産の発展段階の後れた産地の農家は、個人出荷という形態で小規模市場と結びつくばあい、常に不利な結果しかえられない、ということにはならない。つまり、これらの農家にうまく立廻る能力さえあれば、小規模市場間の価格差をねらって投機的な利益をあげる、ということができないわけではないのである。

さて、津島教授は、愛媛県におけるそ菜の生産と流通の現状から、「近郊型産地」には個人出荷が対応する、という考えをみちびかれ、「市場の整備された中央市場においてすら、近郊の荷は一般に共同出荷されることなく、農家により個人出荷される傾向の強いことが広く指摘されている」として、右の考えを補強しておられるように見受け⁽⁴⁾る。

たしかに、われわれもまた、福岡県において、市場から近距離の産地における個人出荷の事例をよく見かけた。しかし、そ菜産地においてどういう出荷形態が採用されるかについて考えるためには、基本的には、この産地がそ菜生産のどういう発展段階におかれているのか、という見地を入れてみる必要があるように思われる。

われわれの考えでは、教授が「近郊型」と規定された愛媛県のそ菜産地は、そ菜生産の発展段階のおくれた、あるいは停滞した産地であるように思われる。こういう産地は、一般に、個人出荷の形態をとって、近距離にある小規模市場と結びつくのではないか。もっとも、われわれは、取扱高の大きな市場の近郊産地において、しばしば個人出荷の形態が採用されるばあいがあることを否定するものではない。しかしそのばあいでも、福岡市の長浜市場の事例でみたように、個人出荷されるそ菜は、その市場における買上高の小さな買受人と結びつくのではないか。さらにいえば、右のような近郊産地のそ菜生産がいつそう発展し、専門化するならば、必然的に、個人出荷から共

同出荷への移行がおこなわれ、それにもなつて、市場における買上高の大きな買受人との結びつきが生じることになるのではないか。

こうして、そ業生産の発展段階の進んだ産地にとっては、もちろん、市場からの距離が近いにこしたことはないが、そのことは、産地の市場選択にとつて基本的に重要な条件をなすとはいえないことになる。つまり、こういう産地にとつては、かりに遠距離の輸送を余儀なくされることになるにせよ、大量の荷をひとまとめに、かつ、安定した有利な価格で引取ってくれる大規模市場を選択することが、何よりもまず必要となるのである。われわれは、その具体的な事例を、福岡県の早出しきゅうりの産地について、後に示すことにしたい。

さて、われわれは、これまでのべてきたなかで、不十分ながら共同出荷は大規模市場に対応し、個人出荷は小規模市場に対応する、という図式化の妥当性を明らかにしてきたつもりである。また、出荷形態の二つの型のちがいは、基本的には、そ業生産の発展段階のちがいがら出てくると考えるべきである、という点についてのべてきたのであつた。

われわれは、以下においては、大規模市場をめぐる販売競争の場面に目を移していくことになる。このような競争への主要な参加者は、これまでの考察を基礎にするかぎり、共同出荷をおこなう一方の産地と、同じく共同出荷をおこなう他方の産地である、ということになるであろう。つまり、個人出荷をおこなう産地が競争者としてあらわれるばあいを捨象してもよいだろう。もっとも、大規模市場をめぐる競争には中間商人の一部も参加する、という点を忘れるわけにはいかない。そこで、考察を後廻しにしておいた中間商人による市場出荷について、少しばかりふれておかなければならない。

われわれは、本稿においては、あくまでも、大規模市場をめぐる共同出荷相互間の競争に焦点を合わせながら、共同出荷の問題を考えていこうとするのである。共同出荷と商人出荷との間に展開される競争の問題は、共同出荷のつき当る問題に多くの光をあててくれると思われるのだが、これについての精しい検討は別の機会に譲らなければならない。そこで、中間商人による市場出荷についてふれるといつても、ここでは、そのいくつかの形態について、あらましの説明をおこなう程度にとどめておくことになる。

中間商人による市場出荷には、中間商人が農家からそ菜を庭先で買付けて、これを市場へ出荷する形態、市場でそ菜を買付けて、これを他の市場へ輸送する形態などがみられる。

中間商人の商品購入資本（信用によるものでもよい）がかなり大きなものであれば、市場への出荷量も当然大となり、したがって、大規模市場への出荷がおこなわれることになるだろう。こうして、同じく大規模市場向けに共同出荷をおこなう産地と競争関係に立つことになるだろう。

中間商人の庭先買付けの事例としては、山口県岩国市のれんとん産地のはあいをあげることができる。ここでは、農家は中間商人に対してれんとんの青田売りをおこない、商人の方では掘子を雇って収穫し、これを市場や工業者に販売しているという。⁽⁶⁾ 中間商人の庭先買付けの変種とみられるものに、荷受機関による集荷がある。荷受機関が産地を集荷に廻り、農家から販売委託を受け、これを市場のせりにかけるのである。このばあいは、荷受機関としては商品購入資本を必要としない。

津島教授がのべておられるように、「荷受機関による集荷は、市場側が集荷対策として、入荷量の積極的拡大を図らんとしたもの」である。⁽⁶⁾ このような例は、北九州市若松区のはくさい生産地帯にもみられる。この地帯では、

農家は、生産したはくさいを部落の集荷所に運び、これを北九州青果という荷受機関の集荷に任せるのである。注目すべきことは、ここでは部落ごとに出荷組合がつくられていて、それが荷受機関の下部組織としての役割を果たしていることである。こうして、この産地では、荷受機関が共同出荷の肩代りをしている、とみられないことはない。

つぎに、中間商人の転送出荷の事例として、宮崎市のきゅうり産地における商人のばあいをみよう。ここでは、商人は、農家が宮崎市の市場へ出荷したきゅうりをせり買いし、それを自分のところで選別、荷造りして、改めて県外の市場へ出荷するのである。例えば、昭和三九年のばあい、福岡市場へ出荷された早出しきゅうりの六〇七割

は、このような中間商人によって扱われているのである（第六表）。

これらの商人の取扱高規模については、第七表をみられたい。ただし、この表にしめされるのは、おそしきゅうりの取扱いをおこなう商人である。ところで、これらの商人のなかには、最低の取扱高が一八箱、七〇キロ足らずという零細な規模のものも含まれている。しかし、最高の取扱高が四九千箱、一八二トンという、かなりの資本規模をもつとみられる商人も含まれ

第6表 宮崎県から福岡市場へのきゅうりの商人出荷

	宮崎県からの 出荷量 A	内商人による 出荷量 B	B/A
昭和39.3月	112	78	69%
4	28	17	58
5	6	—	—
6	—	—	—

注：福岡大同青果株式会社調。

第7表 宮崎市内におけるきゅうり取扱高規模別商人数

取 扱 高	商 人 数
20,000箱以上	2
10,000～20,000 箱	9
5,000～10,000 "	10
1,000～5,000 "	5
1,000箱以下	6
合 計	32

注：1箱3.5kg。昭和39年10～12月の取扱高。

ている。参考までにいえば、この商人の取扱高は、同期間における福岡県園芸連のきゅうり取扱高一九三トンに匹敵する大きさである。

中間商人による市場出荷のいくつかの形態についての説明は、この程度にとどめることにしよう。つぎに、われわれは、福岡県の事例を基礎にして、共同出荷と大規模市場との対応関係の具体的な形成過程についてみていかなければならない。

注(1) 本稿で福岡市場とは、福岡大同青果株式会社を荷受機関とする卸売市場をさしており、福岡市内の七市場および市周辺の二市場、計九市場から成立っている。なお、右福岡市内七市場は、福岡市を開設者とする福岡市中央卸売市場にぞくする。

福岡市場の青果物総取扱高は、第一表にみるように、松山市場の二倍以上の大きさをもつが、買受人の数は、両者とも千人前後で大差ないものとみられる。したがって、買受人一人当りの買上高は、福岡市場の方が、松山市場にくらべてかなり大きいとみてよいだろう。

なお、買受人数の推定は、福岡市場については、福岡大同青果の資料、松山市場については、愛媛県『愛媛県における野菜流通の実態と問題点』二〇頁による。

(2) 愛媛県『前掲書』二六五頁。なお、この報告書は、愛媛大学の津島教授が中心になってまとめられたものである。本稿の執筆にさいし、この書に教えられるところが非常に多かった。

(3) 長浜市場は福岡市場のなかで最も大きく、昭和三九年度についてみると、福岡市場の総取扱高の五四パーセントをしめている。

(4) 愛媛県『前掲書』二六六～七頁。

(5) 『朝日新聞』四〇年八月五日の記事参照。

(6) 愛媛県『前掲書』一五七頁。

二、共同出荷と大規模市場

はじめに、アンケート調査⁽¹⁾を利用して、福岡県における野菜販売農家の階層性をみることにしよう。このアンケート調査は、昭和四〇年二月に実施されたもので、かんらん、はくさい、トマト、きゅうりの四品目のそれぞれについて、福岡県における代表的と目される産地をひとつずつえらんでいる。すなわちかんらん産地として津屋崎町、はくさい産地として北九州市若松区、トマト産地として吉井町、きゅうり産地として甘木市蟻城^{アリシ}をえらんでいる。第八表と第九表をみていただきたい。野菜販売農家は、村のなかでいちばん農家らしい農家の階層にぞくしていることがわかる。つまり、経営耕地規模別にみると、七反一・五町、または、一〇二町の農家が多く、また、専業農家の割合が相対的に高くなっているのである。

つぎに、野菜販売農家の経営において野菜生産がどういう比重をしめているかをみることにしよう。まず、これらの農家の作目別販売収入の順位をみると、米が第一位という答が最も多い（第一〇表）。つまり、県内における野菜生産の代表的な地域においても、米作がまだ経営の主体をなしていることがわかる。しかし、野菜販売収入のなかにしめる野菜販売収入の比重は決して低いものではない（第一一表）。こうして、当然のことながら、野菜の価格変動については、「経営上困る」と答えるものが非常に多いという結果があらわれている（第二二表）。右のことから、われわれは、野菜販売農家が、できるだけ有利な、かつ、安定した価格で野菜を販売しよう、という立場にあることをうかがうことができる。

さて、福岡県における野菜販売農家は、どのように共同出荷に組織されているか。以下において、この点につい

第8表 経営耕地規模別そ菜販売農家数

(単位：%)

町村 経営耕地 規模別	農家 数	津 屋 崎 町		北九州市若松区		吉 井 町		甘 木 市 埴 城	
		農家総数	かんらん 販売農家	農家総数	はくさい 販売農家	農家総数	トマト 販売農家	農家総数	きゅうり 販売農家
5 反以下	32.0	0.8	39.1	2.2	39.9	3.1	26.8	5.6	
5 ～ 7 反	8.8	1.6	12.3	5.8	16.5	5.2	14.1	15.1	
7 反～1町	10.7	4.1	14.7	17.3	22.2	41.2	23.4	27.8	
1～1.5町	23.0	20.3	18.7	41.0	18.4	42.3	30.0	45.2	
1.5～2町	19.3	52.8	12.1	24.4	2.4	7.2	5.1	4.8	
2町以上	6.2	18.7	2.5	9.4	0.6	1.0	0.2	—	
例 外 規 定	—	—	0.6	—	—	—	0.4	—	
不 明	—	1.6	—	—	—	—	—	1.6	
合 計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
	(829)	(123)	(1,158)	(139)	(2,039)	(97)	(533)	(126)	

注：農家総数は1960年センサスによる。

そ菜販売農家数は1965年2月現在のアンケート調査による。

かつこ内は実数の合計。単位：戸。

第9表 専業兼業別野菜販売農家数

(単位: %)

専業兼業区分	町村 農家数	津 屋 崎 町		北九州市若松区		吉 井 町		甘木市蜷城	
		農家 総数	かんらん 販売農家	農家 総数	はくさい 販売農家	農家 総数	トマト 販売農家	農家 総数	きゅうり 販売農家
専業		44.5	64.2	32.2	64.0	23.4	42.3	47.6	72.2
兼業		55.5	26.0	67.8	28.1	76.6	39.2	52.4	18.4
不明		—	9.8	—	7.9	—	18.6	—	9.5
合計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

注. 出所は第8表に同じ。ただし、野菜販売農家のうち「兼業収入なし」と答えたものを専業に区分し、「兼業収入あり」と答えたものを兼業に区分した。

そ
菜
の
共
同
出
荷
に
つ
い
て
の
一
考
察

第10表 販売収入の順位の高い作物別野菜販売農家数

(単位: 戸)

作物	質問事項 農家の区分	作物別販売収入の大きさが第1順位の作物は何か				米が第1順位の農家のうち第2順位の作物は何か			
		かんらん販売農家	はくさい販売農家	トマト販売農家	きゅうり販売農家	かんらん販売農家	はくさい販売農家	トマト販売農家	きゅうり販売農家
米		119	55	92	118	—	—	—	—
麦		—	—	—	—	21	—	19	38
そ	菜	1	78*	5	6	74	54	64	71
な	ね	—	—	—	1	7	—	—	—
い	類	—	—	—	—	—	—	1	—
酪	農	—	2	—	1	—	—	3	5
畜	産	—	—	—	—	—	—	3	—
そ	他	2	3	—	—	12	—	2	4
の	明	1	—	—	—	5	1	—	—
不	計	123	139	97	126	119	55	92	118

注. 出所は第8表に同じ。

*印の農家のうち「第2順位にくる作物は米」と答えたのが74戸。

第11表 農産販売収入に対する野菜販売収入の比率別野菜販売農家数

(単位:戸)

野菜の共同出荷についての一考察

野菜販売農家の区分 野菜販売収入の比率	かんらん 販売農家	はくさい 販売農家	トマト 販売農家	きゅうり 販売農家
10% 以下	15	17	1	5
10~20 %	1	7	3	26
20~30 "	5	3	16	49
30~40 "	3	15	33	22
40~50 "	19	20	29	8
50~60 "	18	16	7	3
60~70 "	17	19	5	—
70~80 "	17	16	—	—
80~90 "	16	2	—	—
90~100 "	2	1	—	—
不 明	10	23	3	13
合 計	123	139	97	126

注. 出所は第8表に同じ。

第12表 価格変動に対する野菜販売農家の態度

(単位:戸)

野菜販売農家の区分 価格変動に対する態度	かんらん 販売農家	はくさい 販売農家	トマト 販売農家	きゅうり 販売農家
価格変動は経営上困る	87	118	82	87
変動があった方がよい	4	1	3	12
変動があっても困らない	3	6	1	1
解 答 な し	29	14	11	26
合 計	123	139	97	126

注. 出所は第8表に同じ。

の二、三の事例
 をみることにしよ
 う。まず、古くか
 らの野菜産地のな
 かで、農協による
 共同出荷の組織化
 が後れている、と
 いう事例について
 みてみよう。ここ
 では、甘木市蟠城
 農協をあげること
 にする。
 この農協は、現
 在、福岡、北九州
 市場へ向けてきゅ
 うりの共同出荷を
 おこなっているが、

第13表 きゅうり販売農家の部落別、農協利用率別戸数（甘木市鎭城）
（単位：戸）

農協利用率 部落名	0 %	50~70%	70~100%	100%	合 計
A	11	1	1	7	20
B	7	1	2	4	14
C	1	0	5	8	14
D	8	0	1	4	13
E	4	0	0	9	13
F	1	0	1	10	12
G	3	0	0	4	7
H	4	0	0	2	6
I	0	1	4	1	6
J	5	0	0	0	5
K	5	0	0	0	5
L	0	1	1	2	4
M	0	0	0	4	4
合 計	50	4	15	54	123

注：出所は第8表に同じ。部落不明1戸（利用率50%）、利用率不明2戸（A部落1戸、B部落1戸）をのぞく。

農家の共販率は低く、五〇六割程度であると思われる。個人出荷をおこなっている農家の仕向先市場は、久留米、佐賀などの比較的規模の小さい地場市場である。

農協の手を通しておこなったアンケート調査結果によつて、鎭城地区の共販率の状況をみよう。第一三表に示すように、共販率が百パーセントの農家と、共販率ゼロの農家との両極端があつて、この両者できゅうり販売農家の全体をほぼ二分している。

ところで、右の表は、部落別の共販率のちがいもわかるように作つてある。この点からみると、C、F、M部落は共販率が高く、J部落は共販率が低くなつてゐる。なお、調査票未回収農家が八戸あるが、これは、恐らく、共販率の低い部落にぞくするであろう。このように、共販率の高い部落と低い部落の両方があることがわかるが、他方では、すべての部落がこのようなに区分けされるわけではない、ということも注目される。つまり、農協を利用

するかどうかについでに部落の規制は、かなりゆるんでいることがわかる。したがって、蟻城のばあいには、農協は、部落の力を利用して農家の農協利用率を高めることにそれ程期待をかけるわけにはいかない立場におかれている、と考えられるのである。

さて、この地域では、戦前からきゅうりの出荷活動がおこなわれており、出荷組合もつくられていた程で、農家のそ菜栽培の技術や販売経験がかなり豊かである。このように、古くから小商品生産の活発におこなわれている地域では、個々の農家は、部落の規制から自らを解放していく、という前進的な側面をもっている。他方では、農協の側からいえば、部落の規制がゆるむことによって、部落を自らの下部組織として利用することを制限されていく。こうして、農協の利用率がなかなか高まらない、という結果が生ずることになる。それだけではなく、個々の農家が自らの技術や販売の経験を高く評価しているので、農協への結集がますます妨げられるのである。

右のような事情のもとでは、そ菜の生産、流通に対する農協の投資や指導も、勢い積極性の薄いものとなる。例えば蟻城農協のばあい、隣の朝倉町農協ではきゅうりの選果機を入れているのに、自分の所ではそうすることをためらっている、というように。こうして、蟻城は、そ菜生産が戦前からおこなわれていながら、その性格は停滞的なものとなっている。例えば、前にあげた第一表をみると、蟻城のばあい、そ菜収入比率の高い階級の農家が、ほかの産地にくらべていちじるしく少ないことがわかる。

話をもとに戻して、つぎに、農協の指導者が先頭に立って共同出荷の組織化に努力し、それに成功している事例についてみることにしよう。朝倉町農協、吉井町農協などがそれである。前者はきゅうりを主体にし、後者はトマトを主体にして、園芸連ルードで福岡、北九州市市場へ向けて共同出荷をおこなっている。両者ともに、選果機を入

れて共同選果をおこなっており、共販率が非常に高いとみられる。

この二つの農協に共通する特色がある。それは、いずれも昭和三八年に、周辺の農協それぞれ四組合を合併してできた大規模農協だということである。二つの農協ともに、合併によって拡大した区域における農家の結集をはかる柱として、そ菜の主産地化および共同出荷という方策をとりいれているのであろう。

さて、福岡県におけるそ菜販売が共同出荷にどう組織されているかについて、これまでのところ、組織化の低い型、高い型、という二つの型の事例を紹介してきたのであった。つぎに紹介する事例は、いわば、右の二つの型の中間的な性格をもつものとみることができるともあつて、ある品目については個人出荷、他の品目については共同出荷というように、同じ地域のなかに、二つの出荷形態がならんで存在している。

まず、津屋崎町についてみよう。ここは戦前から、たまねぎ、ばれいしょなどの出荷をおこなっていたところである。現在、かんらんについては、農家個人がオート三輪車や軽四輪車を使って、福岡市場へ向けて直接市場出荷をおこなっている。だが、他方では、まくわうりについては、農協から園芸連のルートで、北九州市場へ向けて共同出荷をおこなっている。

つぎに瀬高町についてみよう。ここは、戦前から、はくさいを中心にして、そ菜の出荷をおこなっていたところである。現在、きゅうりについては大牟田、柳川、大川、佐賀などの地場市場へ向けて個人出荷をおこなっている。だが、トマト、なす、にんじんについては、農協から園芸連のルートで福岡、および北九州市場へ向けて共同出荷をおこなっている。

福岡県のそ菜販売農家が共同出荷にどう組織されているか、についての事例の紹介はこの程度にとどめる。つぎ

第14表 福岡県におけるそ菜共販数量
(単位：トン)

	昭 38	昭 39
福岡県園芸連取扱高 (同 上 指 数)	15,296 (100)	27,320 (179)
福岡大同青果取扱高 (同 上 指 数)	82,607 (100)	87,105 (105)

注. 園芸連は会計年度。福岡大同青果は暦年度。

福岡大同青果の分類では、いちご、すいか、ま
くわうりを果実の取扱高のなかに含めてある。こ
の表では、園芸連の取扱高とくらべるために、こ
れらの品目を便宜上そ菜の取扱高のなかに算入し
た。

に、福岡県の共同出荷が全体としてどういう方向に進んでいるかについて、大づかみにみておくことにしよう。第
一四表に示めされるように、福岡県園芸連経由のそ菜販売量は、昭和三八年から三九年にかけて飛躍的にびてい
る。このような共同出荷の伸びはどうして生じたのであろうか。ひとつには、朝倉町や吉井町の例にみるように、
新興産地における農協の投資や指導によるものである。しかし、それだけの理由としてしまうわけにはいかない。
福岡県の代表的な産地におけるそ菜販売農家は、先のアンケート調査結果からうかがうことができるように、市
場において、安定した、かつ有利な価格をえることをのぞんでいる。

また、最近における農民層の分解基軸の上昇傾向は、主として中農ク
ラスにぞくするそ菜販売農家の、右のような望みをいっそう強くさせ
ている、とみられる。

こうして、そ菜販売農家は、結局のところ、大規模市場へ向けての
共同出荷というみにちに頼るしかないのである。このようなそ菜販売農
家の動向こそが、共販数量の伸びを支える基本的な要因となっている、
とみなければならぬだろう。

なお、そ菜販売農家の価格要求や、農協の働きかけのほかに、ビニ
ール園芸の発達による産地間競争の激化が、そ菜販売農家を共同出荷
のみに結集させる役割を果していることも忘れてはならない。さて、
これらの点をふまえた上で、つぎのようにいうことができる。

第15表 早出しきゅうり仕向先市場数（福岡県A町）

		昭和39			昭和40		
		市場数	荷機	受調数	市場数	荷機	受調数
県 内 外 計	県	28		10	16		3
	内	2		2	6		6
	計	30		12	22		9

注：福岡県園芸連資料による。

われわれは、先に、県内のそ菜販売農家が共同出荷にどう組織化されているかについて、二、三の事例をあげたのであるが、これもまた、単に、性格の異なる共同出荷のいろいろな形態として並列的にのみ眺めてはならない。すなわち、そのなかに、小規模の地場市場へ向けての個人出荷という低い段階から、大規模の都市市場へ向けての共同出荷といういつそう高い段階への発展の方向を読み取るべきであろう。

つづいて、われわれは、福岡県A町農協の事例をとりあげ、産地が、そ菜生産の発展にともなって、小規模市場を含む多数市場の選択から、少数の大規模市場の選択という方向へどのように移行していくかについてみることにしよう。もちろん、このような移行を促す基本的な力は、安定した有利な価格を望むそ菜販売農家の側にある。この点については、改めてくり返すことはしない。

A町は、福岡県における最も大きな早出しきゅうりの産地である（前掲第四表参照）。共同出荷の体制も確立していて、昭和三十九年の共販数量は一千トンに近い。これに次ぐ産地はH村（現在A市に合併）であるが、その共販数量は五百トン足らずで、A町にははるかに及ばない。

さて、ここで第一五表をみていただきたい。これは、A町農協の仕向先市場数の昭和三十九年から四〇年かにかけての推移をみたものである。この表では二つの点が注目される。ひとつは、県内の仕向先市場数が二八市場から一六市場に、荷受機関数でいえば一〇社から三社に、大中に減少していることである。その意味するところについては後でのべることにしよう。もうひとつは、昭和三十九年において、三〇という多数の市場を選んで出荷しているこ

第16表 福岡県における地区別

きゅうり自給率

(単位：%)

		福岡地区	北九州地区
昭和37	4月	89	30
	5	90	33
	6	98	68
	7	99	94
	8	100	96
	9	97	96
	10	95	84
	11	34	12
	12	10	1
昭和38	1	—	—
	2	—	—
	3	30	5
合計		92	74

注：福岡県農政部資料による。

自給率は、県内産出荷量／県内総出荷量。

とである。この点の吟味からはじめることにしよう。
A町農協がこのように多数の市場を選んだのはなぜだろうか。じつは、これはA町農協がそうしたというよりは、A町が県内で最大の早出しきゅうりの産地であるために、県内の多数の市場からの出荷要請がA町農協に殺到したのだ、とみた方がよいだろう。

しかし、A町としても、多数の市場の注文に応ずるだけの積極的な理由がある。つまり、多数の市場に出荷することによって、価格下落の危険を分散させるのである。また、同じことに帰するが、多数の市場に分散出荷することによって、県内および県外の早出しきゅうり産地との競争から生ずる不利益を避けるのである。この点について、

もう少しのべよう。

仮に県内市場の早出しきゅうりの需要がA町の供給だけで満たされるとすれば、また、他に競争産地がないとすれば、A町の供給の調節によって価格の下落を防ぐ、という手を打つことができよう。しかし、実際には、例えばH村のような競争産地があつて、A町とならんで県内の同一市場に出荷している。両者の出荷量の合計が右の市場の需要を上廻れば、価格は下落し、こうして両者ともに損失をこうむることになるだろう。

第17表 福岡県における早出しきゅうりの共販実績

(単位: トン)

		3月	4月	5月	6月	小計
昭 38	県内産数量 A	90	600	1,542	3,487	5,719
	共販数量 B	25	244	403	177	852
	B/A %	(27.8)	(40.7)	(26.1)	(5.1)	(14.9)
昭 39	県内産数量 A	225	1,024	3,002	4,311	8,562
	共販数量 B	92	470	922	557	2,041
	B/A %	(40.9)	(45.9)	(30.7)	(12.9)	(23.8)

注. 県内産数量は福岡県農政部資料による。

共販数量は福岡県園芸連資料による。

そまの共同出荷についての一考察

一六〇

もつとも、県内市場の需要が県内産地の供給だけで満たされているとすれば、かつ、県内産地全体の共販体制が確立されているとすれば、産地の競合による価格の下落を防ぐことがきよう。しかし、実際には宮崎県や熊本県など、県外の早出しきゅうりの産地から県内市場への出荷がおこなわれている。例えば第一六表の三、四、五月の欄をみると、県外ものの入荷がかなりあることがわかる。ただし、福岡地区は、北九州地区にくらべて県内自給率が高くなっている。これは、甘木市、朝倉郡など、福岡市近郊の産地におけるビニール園芸の発達によるものである。この点については、なお後にべる機会がある。

右のように、県外ものの入荷を妨げるわけにはいかない、というだけではない。つまり、県内の共販体制も、最近いちじるしく共販数量が伸びているとはいえず、共販率の絶対的な高さは、決して高いとはいえないのである。例えば、昭和三九年でみると早出しきゅうりの共販率は二四パーセントにすぎない。共販率のいちばん高い月をとってみても、四六パーセントでしかないのである(第一七表)。

さて、A町農協は、右にのべたような事情を考えて、少なくとも昭和三九年までは、県内の多数の市場を選んで、価格下落の危険を防ごうとしたので

第18表 早出しきゅうり仕向先市場別出荷量（福岡県A町）

年 市場	出荷量	昭和 39		昭和 40	
		出荷量 トン	割合 %	出荷量 トン	割合 %
県内大規模市場		(8) 626	64.0	(8) 278	33.9
〃その他市場		(20) 239	24.4	(8) 36	4.4
大坂市場		—	—	330	40.2
京都市場		—	—	85	10.4
県外その他市場		113	11.6	91	11.1
合計		978	100.0	820	100.0

注：福岡県園芸連資料により作成。

ただし、県内大規模市場とは、39年度そ菜取扱高が2億円以上のもの。かつ
こ内は県内の仕向先市場数。

ある。しかし、多数の市場を選ぶことによって、不利益もでてくることになる。というのは、ひとつには、多数の市場に出荷すれば、それだけ流通経費も余計にかかるからである。もうひとつには、多数の市場というなかには、どうしても、価格が安くて、かつ不安定な、小規模市場はいりこむからである。

したがって、共同出荷をおこなう産地としては、いつでも安定した有利な価格を手に入れ、かつ、流通経費もできるだけ節約しようとするためには、少数の大規模市場をえらんで出荷する、という方向に進まざるをえないわけである。また、このように、大規模市場に結びつくことによって、平均売りによる価格の安定と同じような効果を期待することができるのである。

ここで第一八表をみていただきたい。A町農協は、昭和三十九年に早出しきゅうりの出荷量全体の六割以上を県内八カ所の大規模市場へ向けて出荷している。この点からいえば、A町農協は、すでに昭和三十九年に、少数大規模市場への出荷という方向へ一歩をふみ出している、といえないことはない。

しかし、A町農協の少数大規模市場への出荷という方針が徹底

第19表 早出しきゅうりの作付
面積（福岡県A町）

昭 32	7,000坪
36	10,500
37	11,000
38	11,500
39	25,000

注. A町農協調. 但し同町D地区のみ.

しておこなわれるのは、昭和四〇年からである。もういちど第一八表をみると、まず、県内の中小規模市場との取引が大幅に整理されていることがわかる。つまり、昭和三九年にはこういう取引市場が二〇カ所に及んでいたのが、昭和四〇年には八カ所にへつっている。これが、第一五表でみた県内仕向先市場数の大幅な減少の意味するところである。

さらに、第一八表によれば、昭和四〇年には、県内市場への出荷量が大きくへり、結果として、全体の五割以上が、全国的にみて一、二流規模の市場である大坂市場や京都市場へ向けて出荷されていることがわかる。A町農協がこのような県外大規模市場への出荷にふみ切ったのは、県内市場の規模を以てしては、もはや、A町の年々増大する出荷量の価格を支えきれない、とみたためであろう（第一九表）。

右のような市場選択の方針の切替は、A町農協の早出しきゅうりの販売金額が昭和三九年の四、五〇〇万円から昭和四〇年の六、三〇〇万円に増大していることから、一応の成功を収めたものとみてよいだろう。なおついでに言えば、A町農協のばあい、夕方迄に共同選果を終ったきゅうりは、翌朝トラックに積込まれ、翌々朝大阪市場に到着する。こうして、高知産や徳島産よりもむしろ鮮度の高いきゅうりがせりにかけられることになる、という。

以上において、われわれは、福岡県の事例を基礎にして、共同出荷と大規模市場との対応関係の具体的な形成過程をみてきたのである。もちろん、共同出荷をおこなう進んだそ菜産地の大規模市場への出荷、という傾向を背後において支える条件のひとつに、最近におけるそ菜の消費の急速な増大という事実があることを忘れるわけにはい

第20表 1世帯当年平均1ヵ月間の消費支出

	米	麦	パン	肉類	乳卵	野菜	果物
昭和26～30年	100	100	100	100	100	100	100
32	116	59	84	140	148	111	135
34	116	40	91	174	181	115	153
36	108	18	100	231	231	143	198
38	112	10	123	320	302	174	261
	(3,110)	(30)	(398)	(1,480)	(1,386)	(1,383)	(915)

注. 総理府統計局『昭和38年家計調査年報』155頁により算出.

ただし、人口5万人以上の都市の世帯、かつて内は昭和38年の実数、単位：円.

かないだろう(第二〇表)。

さて、われわれのつぎの課題は、大規模市場をめぐって展開される産地間競争が、共同出荷の体制、すなわち共販率の高さをどのように規制するか、にについてみていくことである。

注(一) アンケート調査は、当所山内研究員(九州支所長)が企画、実施されたものである。同研究員の御好意と御指導により、調査結果の一部を本稿において利用させていただいたのである。

三、産地間競争と共同出荷の体制

(一) 共同出荷と産地間競争

そ菜生産の発展、専門化の進んでいる産地は、いずれも大規模市場を懸命に探し求めているのであるから、同一の大規模市場をめぐって、産地間のはげしい競争が展開されることを予想しなければならない。では、産地の農協は、どんな条件のもとで競争に勝ちをしめ、大規模市場における地位を確立しようとするであろうか。

はじめに、産地の生産条件(自然条件や技術条件)も、市場との距離も同じであるとしよう。また、共同出荷における共販率の高さも同じであるとしよう。

右のような前提のもとでは、共同出荷の内容のちがひによつて、市場における産地の優劣が生ずることにならう。例えば、選別も輸送も共同とする産地の方が、輸送だけを共同とする産地にくらべて、市場において優位に立つことができるだろう。というのは、同じく大量の出荷であっても、前者の方が品質のそろつた規格荷を市場に送ることができるし、また、それだけでなくて、農家が選別や荷造りに割かねばならなかつた時間を、そ菜の手入れの方にふり向け、こうして、産地全体として、品質のすぐれたそ菜を出荷することができるようになるからである。

もちろん、共同選別のために農家が負担しなければならない費用も決して小さくはないだろう。福岡県の二、三の事例をあげると、朝倉町農協がきゅうり、吉井町農協がトマト、瀬高町農協がなす、にんじんについて、人を雇つて共選をおこなっている。なお、朝倉町農協はきゅうりの選果機械を、吉井町農協はトマトの選果機械を備えている。

こういった共選のための費用は、結局のところ、農家の肩にかかってくる。しかし、これらの費用は、共同出荷に参加する農家が多ければ多いほど、一人当りの負担が安くてすむし、また、すぐれた品質のそ菜を出荷して、市場で有利な価格をえることによつても、つぐなうことができる。

さて、以下においては、共同出荷の内容も、共販率の高さも同じであるが、生産条件および市場との距離にちがひがある、というばあいについてみることにしよう。

まず、産地の生産条件が同じで、市場との距離がちがうばあいには、市場から近距離の産地の方が競争に勝つことになるだろう。ひとつには、鮮度の高いそ菜を出荷することができるからであり、もうひとつには、輸送費が安いだけ市場において有利な地位をしめることができるからである。輸送費の点について、つきにわかりやすくのべ

てみよう。

A、Bという二つの早出しきゅうりの産地があるとして、キログラム当り生産費は、A、Bとも六〇円であるとする。また、AはBよりも市場から遠くて、輸送費はキログラム当り五円かかり、Bは二円しかからないとしよう。市場価格がキログラム当り六五円ならば、Aは生産費と輸送費をちょうどつぐなうが、Bはキログラム当り三円の超過利潤をえることができる。需要が供給にくらべて弱くなったとし、市場価格が六二円に下つたとすれば、Aは採算がとれないので出荷をやめるだろう。しかし、Bは、超過利潤を失うことにはなるが、いぜんとして出荷をつづけることが可能であろう。このようにして、市場から近距離の産地の方が競争に勝つことになるのである。

つぎに、市場との距離が同じで、生産条件がちがうばあいには、生産条件の有利な産地の方が、例えば、品質のすぐれたものが生産される産地とか、あるいは、一回の出荷量が大きい産地の方が、競争に勝つことになるだろう。というのは、品質のすぐれたものや、一回の出荷量が大きい荷の方が、高い価格で先にせり落されるからである。また、品質や一回の出荷量が同じだとすれば、生産費の安い産地の方が競争に勝つことになるだろう。市場価格がこの産地の生産費の線まで下つても、継続して出荷をおこなうことができるからである。

最後に、生産条件がいちじるしく有利なばあいには、かりにこの産地が市場から遠距離にあるにしても、有利な生産条件にもとづいてえられる超過利潤が輸送費をつぐなつて余りある大きさであれば、市場から近い産地との競争において勝ちをしめるであろう。

宮崎県や高知県などでは、冬の気温が高く、日照時間が多いという有利な自然条件を利用して、大都市市場（消費市場でもあり、集散市場でもあるような）の周辺では生産できない促成そ菜や抑制そ菜を生産し、これらの市場

に出荷してきた。このようにして、いわゆる輸送園芸が成立することになったのである。

少し横道にそれることになるが、輸送園芸ということばは、市場から遠いという不利な条件をいかにして克服しようとするか、という産地の立場をいあらわしていると思う。市場の側からいえば、遠くから送られてくるか、近くから送られてくるかはともかく、ほかの産地では生産できない季節に生産され、出荷されるそ菜を必要としているのであって、その代償に高い価格を与えるのである。産地は、このような高い価格がえられるために、遠距離輸送の費用をつぐなうことができるわけである。つまり、輸送園芸は、他面からみれば、促成園芸または抑制園芸にほかならないのである。

輸送園芸ということばに関連してついでにいえば、遠隔の産地から出荷される品目の輸送能性について語られることがある。たしかに、遠距離の輸送に耐えるためには輸送能性が高くなければならない。しかし、輸送能性の高い品目必ずしも遠隔の産地にとって適当な品目であるとはいえないだろう。また、市場から近い産地にとって、輸送能性の高い品目がいつでも不適当な出荷品目であるともいえないのである。

さらにいえば、ある品目の輸送能性は、その品目の使用価値にそなわる絶対的な属性であるともいえない。輸送能性が低いと考えられる品目でも、かりに市場で非常に高い価格がえられるとすれば、費用のかかる冷蔵施設つきの輸送さえ経済的に可能となり、輸送能性は変化するだろう。また、交通の発達、例えば、最近みられるような、道路の整備やヘリボートの使用によるトラック輸送の普及など、によって、市場との距離を時間的に短縮し、こうして、そ菜の輸送能性を高めることも可能である。要するに、そ菜の輸送能性が輸送園芸を可能ならしめる基本的な要因ではなくて、促成そ菜や抑制そ菜が作られることが、沢田教授のことばをかりれば、「出荷期の遡上（繰下

げでもよい——引用者)による単価の増大⁽¹⁾をはかることが、輸送園芸を可能ならしめる基本的な要因である、という理解が大事なのである。

話をもとに戻すことにしよう。戦後昭和三〇年頃から、ビニール園芸の普及により、冬期に圃場で人工的に高い気温が作り出されるようになってから、輸送園芸地帯といえども、促成を菜や抑制を菜の高い価格に安住することが許されなくなってきた。こうして、例えば、甘木市や朝倉郡など、福岡市近郊の早出しきゅうりの新興産地

第21表 福岡県における早出しきゅうりの
出廻状況 (昭和37)

		(単位: トン)	
		4 月	5 月
福岡地区	総出廻量 A	249	550
	県内産出荷量 B	222	496
	内 { 甘木 倉	72	132
	内 { 朝倉 本	129	209
	B/A %	(89.2)	(90.2)
	県外産出荷量	27	54
北九州地区	内 { 宮崎 本	18	2
	内 { 熊本	8	52
	総出廻量 C	355	904
	県内産出荷量 D	106	302
	内 { 甘木 倉	20	49
	内 { 朝倉 米	67	96
	内 { 久留米	0	76
	D/C %	(29.9)	(33.4)
	県外産出荷量	249	602
	内 { 宮崎 本	198	188
	内 { 熊本	50	399

注: 福岡県農政部資料により作成。

が、市場から近いという有利な条件をあわせ用いることによって、宮崎県や熊本県の早出しきゅうりをかなりの程度まで福岡市場から押しのけることができるようになったのである(第二表)。さらに、これらの新興産地が、それのもつ有利な条件を活用することによって、大阪、京都市場への進出さえ可能になっていることは、先にA町の事例でみたとおりである。

さて、この辺で、この項の一応のしめくくりをつけておくことにしよう。

産地の協同組合は、競争に勝ちをしめ、大規模市場における地位を確立するためには、これまでの検討によるか

第22表 高知県青果物斡旋所職員数

！(単位：人)

所在地	職員	斡旋所の所管	県職員	園芸連員
札幌	幌	県	5	1
東京	京	"	6	2
大阪	阪	"	6	1
神戸	戸	"	2	—
名古屋	九	州	4	1
	古	屋	1	2
		園芸連		

注：高知県農林部園芸系課調。昭和40年4月現在。

第23表 高知県K園芸農協そ菜販売額
(昭和39)

	販売額 A	内園芸連利用 B	B / A
	千円	千円	%
ト マ ト	53,613	52,467	97.9
き ゅ う り	67,255	64,408	95.8
か ぼ ち ゃ	5,473	4,799	87.7
す い か	8,816	3,656	41.5

注：K園芸農協調。

そ菜の共同出荷についての一考察

きり、与えられた有利な自然条件や、市場からの距離の近さなどの条件に依拠するだけでは足りないものであって、施設園芸を開拓するとか、共同選別を導入するなどによって、たえず、生産や輸送の面での技術条件を高めることに努力しなければならないのである。

ところで、われわれは、これまで、産地における共販率の高さを同じであると前提して、話を進めてきたのであった。しかし、産地が競争において優位に立つことができなかったばあいには、そのことによって共販率をそれ自体も影響を受けないわけにはいかないだろう。われわれは、つぎに、高知県と宮崎県におけるそ菜の共同出荷をくくべることによって、右の点をたしかめていくことにしよう。

(二) 共同出荷と共販率

高知県の青果物は、高知県と園芸連との緊密なる連携のもとで、

「統制出荷が完全に近く実施」⁽²⁾されている。つまり、個々の産地が直接に市場を選択し、出荷をおこなうということがほとんどない。

県内で生産されたそ菜は、園芸連が一括して集荷し、園芸連の指示のもとついで、札幌、東京、名古屋

第24表 宮崎県そ菜の共販率の推移

(単位: %)

	昭 35	36	37	38	39
かき	70	72	58	70	71
ぼち	42	43	35	50	45
きゅう	17	20	27	46	36
トマト	29	11	11	30	44
すいか	23	21	23	27	—
さとん	53	48	23	49	—
秋ばれい	92	91	81	99	—
大根	34	30	37	41	—
切干	62	55	47	55	—
計					

注. 宮崎県経済部園芸特産課調. 共販率は, 経済連經由出荷量/総出荷量.

屋、大阪、神戸、北九州の六都市にある高知県青果物斡旋所に送られる。斡旋所は、送られてきた荷を管内の各市場に適宜に配荷するのである。参考のために、斡旋所の職員数を第二二表にかかげる。

高知県の共販率の高さを側面から明らかにするために、ここにK園芸農協の話をさしはさむことにしよう。この農協は、昭和三十六年までは、園芸連の「統制出荷」に参加することなく、孤塁をまもって独自の出荷活動をつづけ、高知県の農協陣営では稀有の存在とされてきた。しかし、このような県下における異色の農協でさえ、後にみるような、市場においてますます高まる園芸連の優位と、それにもなつて農協がえる利益の魅力には、さすがに抗しえないで、ついに昭和三十七年に園芸連に加入することになったのである。K園芸農協の三九年度出荷額を第二三表にかかげる。これをみると、昔日の独自活動の面影をわずかにすいかの出荷に残すのみであることがわかる。こうして、園芸連は完全に近い統制出荷を誇ることになるのである。

高知県にくらべると、宮崎県のそ菜の共販率が全体として低調であることは、第二四表にしめすとおりである。県外出荷のなかにし

第25表 高知県のそ菜出荷高 (昭和39)

	数 量	同左百分率	金 額	同左百分率
	トン	%	百万円	%
きゅうり	36,294	65.4	3,803	60.1
トマ	6,228	11.2	617	9.7
なす	3,450	6.2	571	9.0
ピーマン	3,602	6.5	797	12.6
小計	49,574	89.3	5,788	91.4
合計	55,500	100.0	6,331	100.0

注・高知県農林部園芸系課『昭和39年(1~12月)高知県青果物あつ旋実績書』による。

第26表 高知県の仕向先市場別そ菜出荷高 (昭和39)

(単位: %)

市場	品目	きゅうり	トマ	なす	ピーマン
東京	京	51.6	47.2	62.1	35.7
横浜	浜	6.9	8.5	6.7	4.8
名古屋	古	6.5	5.9	3.3	10.5
京都	都	4.5	4.1	3.5	6.4
大阪	阪	11.4	21.8	4.9	22.7
神戸	戸	3.8	4.2	0.5	5.8
小計	計	84.7	91.7	81.0	85.9
合計	計	100.0 (36,294)	100.0 (6,228)	100.0 (3,450)	100.0 (3,602)

注・出所は第25表に同じ。かつ内は実数、単位: トン。

める品目別の地位や、品目別共
販率についての説明は後に廻す
として、高知県と宮崎県とのこ
のような様相のちがいが、一体
何を物語っているのか、につい
てみておかねばならない。

われわれの考えをさきにいえ
ば、ひとつには、農家を共販に
組織していく単協や連合会の積
極性のちがいが、共販率の高さ
のちがいを生み出してくるとみ
なければならぬ。しかし、基
本的には、大規模市場をめぐる
競争において優位をしめる条件
をもつ産地においてこそ、高い
共販率がつくりだされ、また、
これが維持されるのだ、と考え

そ菜の共同出荷についての一考察

第27表 東京市場における高知県産菜の月別市場占有率（昭和38）

（単位：％）

月	品目	きゅうり	トマト	なす	ピーマン
1月		87.8	24.4	65.2	78.4
2		80.9	40.6	30.9	94.9
3		75.3	77.0	82.7	88.6
4		69.1	53.0	89.5	65.9
5		45.1	6.7	47.3	24.7
6		11.7	0.0	9.8	8.7
7		0.0	0.0	0.2	1.5
8		0.0	0.0	—	—
9		0.0	—	—	—
10		19.5	—	—	0.0
11		73.9	0.9	2.5	1.9
12		86.4	12.9	88.9	21.9
合計		19.9	5.0	3.5	6.6

注：東京都『昭和38年東京都中央卸売市場年報』（農産物編）により算出。
市場占有率は、高知県出荷数量／東京市場取扱数量。

第28表 宮崎県特産菜の生産出荷状況（昭和39）

	作付面積	生産数量	県外 販売数量	B/A	県外 販売金額	同左 百分率
	ha	トン	トン	%	百万円	%
かぼちゃ	828	13,766	10,023	72.8	593	29.8
きゅうり	328	11,668	6,926	59.4	740	37.1
トマト	125	4,520	4,520	100.0	103	5.2
すいか	155	5,425	5,425	100.0	135	6.8
さといも	209	2,300	2,300	100.0	87	4.3
かんしょ	414	2,467	2,467	100.0	99	5.0
秋ばれいしょ	1,111	8,800	3,228	36.7	42	2.1
大根切干	820	5,740	5,547	96.6	194	9.7
合計	3,990	54,686	40,436	74.0	1,993	100.0

注：宮崎県『宮崎のやさい』（1965），15頁により作成。
ただし、秋ばれいしょ、大根切干は昭和38年度。

第 29 表 宮崎県そ菜の仕向先市場別出荷高 (昭和39)
(単位:%)

品 目			かば ち ゃ	き ゆ う り
市 場				
東 京 古 屋 都 都 大 都 神 都 姫 都 岡 都 岡 都 北 都 福 都 そ 都 合 都	京 屋 都 都 大 都 神 都 姫 都	阪 戸 路 山 島 州 岡 他 計	22.3	0.1
			16.0	5.6
			7.9	13.3
			25.0	14.1
			6.3	0.7
	広 島 九 州 の 他 計	岡 他 計	4.9	13.0
			0.5	2.2
			0.9	8.0
			1.4	9.4
			0.6	3.3
			14.2	28.9
			100.0 (10,023)	100.0 (6,926)

注. 宮崎県『宮崎のやさい』(1965), 27頁により算出. かつこ内は実数, 単位: トン.

なければならぬだろう。

さて、高知県からみることにしよう。第二五表に
しめすように、高知県から出荷されるそ菜のなかで
最も主要なものは、きゅうり、トマト、なす、ピー
マンの四品目である。第二六表をみると、これらの
そ菜は主として、東京、横浜、名古屋、京都、大阪、
神戸の六都市の市場へ向けて出荷されていること、
なかでも東京市場へ向けて出荷される割合がとくに
高いこと、がわかる。

つぎに第二七表によつて、東京市場における高知
県そ菜の月別市場占有率をみていただきたい。この
表は、大都市市場における高知県そ菜の特色をはつ
きりとしめしている。つまり、高知県は早出し、おそ出しのそ菜の出荷によつて、大都市市場で優位をしめること
ができているのである。高知県は、このような優位をきそにして、共同出荷の体制を維持しつづけることができて
いる、とみられる。また、逆に、このような共同出荷の体制をきそにして、ますます市場における優位を確保する
ことができているのであろう。

こんどは、宮崎県の場合についてみることにしよう。第二八表をみていただきたい。宮崎県で生産されるそ菜の

第30表 かぼちゃの産地別市場占有率(昭37)

(単位: %)

市場 産地 月	東 京			大 阪		
	鹿児島	宮 崎	香 川	鹿児島	宮 崎	香 川
1 月	80.0	—	—	83.3	—	—
2	76.9	—	—	83.3	—	—
3	60.0	32.0	—	67.7	16.1	—
4	2.5	96.3	—	29.3	68.7	—
5	0.2	47.3	31.6	2.7	63.7	24.5
6	—	11.9	34.6	—	40.6	27.4
7	—	—	5.3	—	5.2	16.2
8	—	—	—	—	—	2.2
9	—	—	—	—	0.7	—
10	—	—	—	—	—	—
11	—	13.3	—	1.6	36.1	—
12	4.0	22.7	—	24.2	48.5	—
合 計	0.4	9.8	17.0	2.0	22.5	15.3

注. 農林省園芸局『昭和37年(1月～12月)青果物の品目別、市場別、産地別、月別入荷実績』により作成。

七割以上は県外へ出荷されている。県外販売金額の最も大きいのは、かぼちゃときゅうりで、両者合せて総額の七割近くに達する。この二品目を比べると、前掲第二四表でみるように、かぼちゃは昭和三十七年を例外として、年々七割という比較的高い共販率を維持しているが、きゅうり(早出し、おそ出し)は、四～五割という低い共販率を保っているにすぎない。このような共販率のちがいはどうしてでくるのであろうか。

まず、かぼちゃについていえば、第二九表に示めされるように、出荷量全体の半分近くが、東京、大阪という一流大規模市場へ向けて出荷されている。両市場における月別占有率は、右と比較するための資料としては少し古いが、第三〇表に示めすとおりであって、すくなくとも、四、五、六の三カ月間はかなり高い占有率となっている。しかも、宮崎県のかぼちゃは、第三

第 31 表 宮崎県かぼちゃの月別出荷量

(単位: トン)

	昭 37	昭 38	昭 39
1 月	—	2	—
2	1	2	11
3	48	55	219
4	415	535	1,046
5	2,007	3,141	5,379
6	3,992	4,905	2,832
7	71	139	1
8	—	—	—
9	—	—	—
10	—	—	2
11	19	256	283
12	5	270	250
合 計	6,558	9,305	10,023

注. 出所は第 29 表に同じ.

一表にみるように、その大部分が、この四、五、六の三カ月の間に出荷されるのである。

宮崎県のかぼちゃは、このように、一流大規模市場における優位をきそにして、比較的高い共販率を維持することができている、とみてよいだろう。ついでにいえば、右の優位は、「日向かぼちゃ」という銘柄の声価によって保たれている面が大きいのではなからうか。ただし、宮崎県のかぼちゃは、第三〇表にしめすように、三、四月は鹿児島県産と、五、六月は香川県産と競合している。したがって、右にのべた優位をこの先どこまで保てるかは、これらの県との今後の競争の如何によってきまるだろう。

さて、こんどは、宮崎県のきゅうりについてのべることにしよう。もういちど第二九表をみると、きゅうりのばあいには、かぼちゃのばあいとちがって、東京、大阪両市場への出荷割合はわずかなものでしかないこと、その裏返しとして、二流ないし三流市場への分散出荷を余儀なくされていることがわかる。

では、東京、大阪両市場の早出しきゅうりはどこの産地によってまかなわれているのか。第三二表をみていただきたい。東京市場のばあいには、高知県と静岡県の両者が、大阪市場のばあいには、高知県と徳島県の両者が市場

第32表 東京・大阪市場におけるきゅうり産地の月別占有率 (昭和37)

(単位: %)

市場 産地 月	東 京			大 阪		
	高 知 A	静 岡 B	A+B	高 知 C	徳 島 D	C+D
1 月	81.4	17.4	98.8	90.7	—	90.7
2	73.7	23.7	97.5	77.7	7.7	85.4
3	68.4	28.6	97.0	70.7	24.5	95.2
4	63.9	22.9	86.9	67.3	28.1	95.4
5	47.5	12.0	59.5	46.3	30.9	77.2
6	10.1	3.2	13.2	19.5	13.6	33.1
7	0.0	0.2	0.2	0.6	1.2	1.8
8	—	0.0	0.0	—	—	—
9	—	0.4	0.4	0.0	—	0.0
10	19.7	2.6	22.3	30.0	—	30.0
11	76.3	10.1	86.4	85.6	—	85.6
12	78.7	16.1	94.9	95.9	—	95.9
合 計	16.6	4.7	21.4	30.2	9.7	39.9

注. 出所は第30表に同じ.

の需要の大部分をまかなっているのである。

もちろん、両市場における右のような供給の状態を固定的なものと考えたわけにはいかないだろう。しかし宮崎県の早出しきゅうりが、両市場への出荷にさいし、他の産地にくらべて不利な条件をもつ、ということをや右の表からうかがうには十分であろう。不利な条件として、ひとつには、早出しきゅうりの産地としては、他産地にくらべて最も遠距離にあること、もうひとつには、高知県などにくらべてみるとわかるが、出荷量がまだ少ないことをあげることができよう。

宮崎県と高知県との出荷量のちがいについては、第三三表をみていただきたい。高知県は、昭和三十九年に、三万三千トンの早出しきゅうりを出荷しているが、宮崎県は、同年に六千トン弱を出荷しているにすぎない。なお、この表をみると高知県のきゅうりの反当生産量は、宮崎県の一・五

第33表 高知県、宮崎県の早出しきゅうりの生産・出荷（昭和39）

	作付面積 ha	生産量 トン	反当生産量 トン	県外出荷量 トン
高 知	567	33,543	5.9	33,083
宮 崎	254	9,810	3.9	5,880

注. 高知県の出所は第3表に同じ.

宮崎県の出所は宮崎県『昭和40年産早出し野菜反省検討資料』5頁による.

そ菜の共同出荷についての一考察

一七六

倍の高さをもっていることがわかる。したがって、両県の出荷量のちがいは、単に作付面積のちがいのみによるものではなくて、生産力のちがいにもよるとみてよいのではないか。

さて、宮崎県のきゅうりは、右にみてきたように一流大都市市場で優位をしめることがむずかしく、二流ないし三流規模の市場への出荷を余儀なくされている。そこで経済連としても、末端のきゅうり販売農家に対して安定した有利な価格を保障してやる見透しが立たないことになる。こうして、経済連は、かぼちやのばあいとちがって、きゅうりの共販に力を入れることを躊躇せざるをえない立場におかれている、とみられる。また宮崎県では、きゅうりの共同出荷の体制にみられるこのような間隙を埋めるものとして、すでにみたような中間商人の介入の余地が与えられることになったのであらう。

そ菜生産の進んだ産地においては、共同出荷の展開の基礎的条件が与えられているのであるが、このような産地においておこなわれる共同出荷といえども、その前途は常にばら色に染められているというわけにはいかないのである。

注(1) 沢田収二郎「宮崎県蔬菜作の経済的研究」、『農業経済研究』第二三巻第三号、四六頁。

(2) 高知県農業技術課『高知県の促成園芸』（昭和四〇年三月刊）、一八頁。

(研究員)