

小規模産地における果樹作の振興方策：
岐阜県久々野町の事例

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2022-06-08 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 秋元, 浩一, 前澤, 重禮 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/20.500.12099/5755

小規模産地における果樹作の振興方策 —岐阜県久々野町の事例—

秋元浩一*・前澤重禮

生産流通管理学講座
(1996年7月18日受理)

Promotional Plan for Fruit Growers in a Disadvantaged District — A Case Study in Kuguno Town, Gifu, Japan —

Koichi AKIMOTO and Shigenori MAEZAWA

Department of Production and Distribution Management
(Received July 18, 1996)

SUMMARY

Some plans for the economic betterment of fruit growers in a disadvantage district were studied in the rural mountain village of Kuguno in Gifu, Japan. Shipping of fruit is seldom done by a co-operative, but mainly by individual growers. It will be important for the Agri. Co-op Association to develop an active plan for introducing innovative techniques to improve fruit quality and marketing. There is also urgent need to introduce a technique for growing peaches in greenhouses, in order to improve their sugar content in time for the shipping season. It may also prove effective for apple trees to be lower in order to reduce farm labor costs.

Res. Bull. Fac. Agr. Gifu Univ. (61) :69-74, 1996

要 約

中山間地における小規模果樹産地の振興策を岐阜県久々野町を事例に検討した。生産物は、宅配を中心とした個人販売によっており、個別農家の創意工夫が生かされる仕組みとなっている。産地の拡大にはJ Aが革新技術の導入と推進役となって共同販売を強化していくことが必要である。モモに関しては糖度向上と有利販売のためにハウス栽培の導入、またリンゴに関しては労力軽減に向けた低樹高化が効果的ではないかと考えられた。

I. は じ め に

岐阜県飛騨地域はトマトとハウレンソウを基幹作物とした園芸産地として発展してきているが、その中で久々野町、国府町などを中心として果樹経営も産地形成が進んできた。本報では久々野町をとりあげ小規模の果樹産地の振興方策を検討した。久々野町の果樹はモモ、リンゴ、ナシの3種類からなり、最近サクランボの新植を希望する声もあがっている。モモは4割、リンゴは7割が宅配や現地販売など個人販売されている実状にある。リンゴよりモモの個人販売割合が低いのはモモの出荷期間が短いため、個人販売では限界があるためといわれる。J A系統による共同販売と個人販売の使い分けに、外観から判断して味の良さそうな果実は宅配などの個人販売、形は良くても味が悪そうな果実は共同販売にまわすというように、宅配などによる個人販売優先の販売方式がとられている。各農家の聞き取りでは顧客の顔を思い浮か

*現在、九州大学教授（農学部）

べながら箱詰めするという。利益率は宅配など個人販売がはるかに大きく、共同販売を拡大しようとするればJAの取り組みが今後の課題となる。一方で、格別品果実の用途としてジュース加工に取り組んでいるが、個人では困難で、その事務局はJA内にあり共同の取り組みが進んでいる。現在の久々野町果樹経営は個々の農家の利益優先で進められ、地域としての取り組みや共同作業の方向は志向されていない。現在、生産規模は横這いからやや微減の状態にあって、産地の今後にとって岐路にさしかかっており、現状を分析して今後の方向を検討することとした。

Ⅱ. 地 域 の 現 況

1. 農家数、耕地面積の推移からみた久々野町の果樹農家の状況

図1に久々野町と飛騨地域の単一経営果樹農家数の推移を示した。飛騨地域が1975年の137戸から一貫

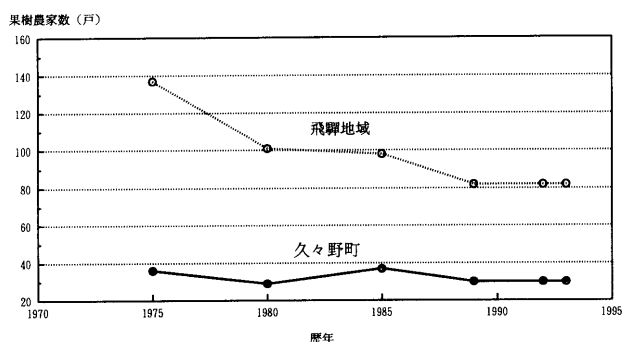


図1 果樹農家数の推移

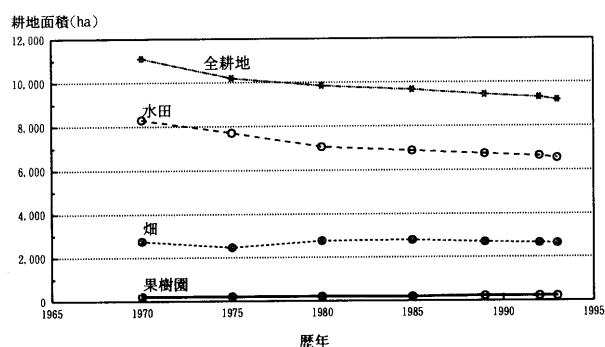


図2 飛騨地域における耕地面積の推移

して減少し1989年（平成元年）に82戸となって現在に至っている。一方、久々野町は1975年36戸、1980年29戸、1985年37戸、1989年30戸で現在に至っている。飛騨地域での果樹生産農家の内、まとまっているのは、久々野町の他に国府町、古川町、高山市である。一方、果樹園面積と他の農地面積の推移を飛騨地域で示したものが図2、久々野町が図3である。飛騨地域は全耕地面積が1970年以降一貫して減少し1993年で9,190haとなっている。図2に示されるように水田の減少曲線が全耕地面積の減少とほぼ一致しているのに対して、畑面積は1970年2,750haから1993年2,640haと微減である。この中で果樹園面積は1970年197haから1993年には226haと微増している。

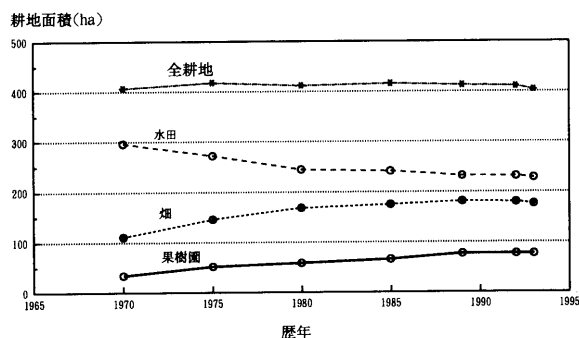


図3 久々野町における耕地面積の推移図

飛騨地域は全耕地面積が1970年以降一貫して減少し1993年で9,190haとなっている。図2に示されるように水田の減少曲線が全耕地面積の減少とほぼ一致しているのに対して、畑面積は1970年2,750haから1993年2,640haと微減である。この中で果樹園面積は1970年197haから1993年には226haと微増している。飛騨地域はトマト、ハウレンソウを中心とした高冷地野菜産地として着実に産地形成がはかられてきた。果樹農家数は減少してきたのに対し果樹園面積が微増して1戸あたりの経営面積が拡大してきた。淘汰が進んできた結果ということが出来る。この状況を久々野町で見ると図3に示されるように全耕地面積はほぼ横ばい、水田は減少であるが、畑面積は拡大、果樹園面積も拡大してきている。これを1戸当たりの歴年変化で見ると、1975年1.44ha、1980年2.03ha、1985年1.78ha、1989年以降2.57haである。このように久々野町の果樹生産農家の経営面積は飛騨地域全体と同じく増加傾向を示してきたものの、この数年は横ばいとなっている。飛騨地域の果樹生産の

特徴は、販売方法が個別農家による宅配を中心とした取り組みにあり、共同販売による市場出荷は比較的小さいといわれている。このことは個々の農家が生産からマーケティングまでを自ら行うということであり品質差別化への刺激も大きい。すなわち企業の取り組みが行われ易い環境にあったといえることができる。その結果、生産から販売に至る創意工夫が足りなかったり、経営面積の確保が不十分な農家群は淘汰されて今日に至ったものとみることができる。

2. 果樹生産と販売の状況

久々野町役場の調べによると、果樹栽培農家は47戸でいずれもリンゴを栽培している。このうちモモ中心が15戸、リンゴ中心が24戸、モモとリンゴ両方を中心に行っているのが7戸、ナシ中心が1戸となっている。延べで云えばモモ37戸、リンゴ47戸、ナシ13戸で、平均栽培面積はモモ76a、リンゴ77a、ナシ35aである。いずれも収穫・販売期間を長くすることと労働配分を考慮して数品種を栽培している。共販は収穫量の6割程度、リンゴは収穫期間の短い‘つがる’が共販が多く他は宅配が多い。宅配と共販の関係は、品質優良で個人販売しやすいものは宅配、個人販売がやや困難なものは共販になる傾向があるという。共販の拡大も検討されてきたが、その収益性の差異が大きく個人販売が優先されているようである。モモ共販の単価は1kg当たり1,500円～3,500円、中心価格は2,000円前後であるのに対し、地域で協定された直売価格は2倍にもなる極めて有利な価格となっている。この価格差では個人販売が優先されるのも止むをえない。一方、共販拡大を図ることが有利にはたらく点は、共同機械選果による選果選別の省力化や非破壊糖度選別システムの導入による産地イメージ向上であり、最新鋭設備による効果が期待できる。しかし、これまでのような個人販売を優先しつつ共販も行いうという方式では消費者ニーズの取り込みなど各種の個々の創意工夫がなされ、農家間の競争原理は働くものの、産地間競争にまで高まりにくい。このことは久々野町産果実の最近数年間の販売価格が横這いとなっていることにも表れており、今後の振興にとっては何らかの対策が必要である。

最近は規制緩和が進み農産物でも外国産の安いものが自由に入ってくるようになってきている。必ずしも品質は良好ではなく、我が国消費者の嗜好に合っていないものもあるが、価格面では選択の幅が広がり、消費者利益を高めていることはいうまでもない。生活必需品の最たる米の内外価格差は米国の4倍、タイの7倍とも云われるが、財界やマスコミの論調と異なり生活実感からはそういう高さに対する違和感はないというのが本当のところであろう。米よりも嗜好性の高いリンゴはアメリカ産も国内市場に出回り、消費者の選択の幅は広がり消費者利益を向上させたが、国内生産者は価格競争にさらされることになった。関係業者への聞き取りによるとアメリカ産レッドデリシャスのアメリカ国内での平均価格は20kg1,600円、日本への運送料や燻蒸などの経費が1,000円ということで合計2,600円が20kg一箱のコストとなる。この価格に輸入商社をはじめ流通業者のマージンがついて国内販売されることを考えれば、1個118円から128円販売で安定販売となる。国産の‘フジ’小玉果が130円程度であることを考えると国内産でも競争できると考えられるが、消費者対応を十分考えなければ海外産に押されることにもなる。

Ⅲ. 今後の振興方策

1. モモの価格に及ぼす糖度の影響

既にモモ糖度の非破壊検査が実用化され、先進県では導入されている。市場での評価は、信頼性が高まったとしており、産地では有利販売につながっている。山梨県産モモでは、測定原理が近赤外線によっているため、非破壊糖度判定を行って市場出荷する果実には、「光モモ」と銘打っている。モモ果実に関してその糖度の非破壊品質評価が他の果実に先んじて実施されたのは、測定の難易度という技術的問題の他に、モモの糖度が極めてバラツキがあることによる。このことについて、本町産のJA共販されたモモ果実の糖度と卸売市場価格の関係を図4に示した。図中では白鳳はほぼ直線関係となっており、糖度が高い年は市場価格も高いという結果になっていることが良く分かる。また昭和桃も平成4年を除外すれば直線関係である。平成4年が直線からはずれた理由は明確でない。このように糖度と価格が相関していることは、消費者のモモの味に対する要求が極めて強いいため、市場内では品質に対する評価が明確に行

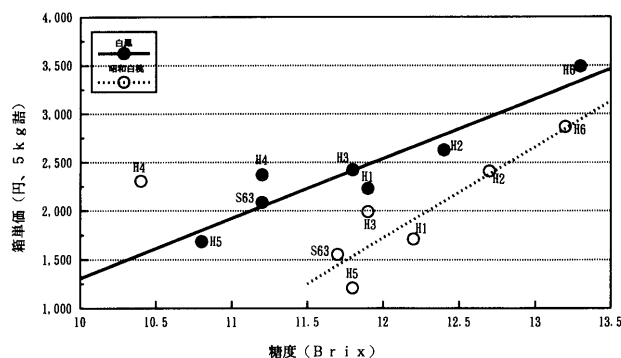


図4 モモ果実の糖度と卸売市場価格の関係

加価値によってクレームの付くことはないであろう。しかし、取り立ててそれほど美味しい訳でもなければ、強力なファンにまではなりにくい。味がそれ程良くない場合の代替策としては、ある程度の効果が期待されるものとして、ふれあい産直など消費者と生産者直接の結びつきを強めることである。

図5には出荷数量と価格の関係を示した。図から一目瞭然のように量と価格には何の関係も認められない。これは本地域から出荷される果実の卸売市場での占有率がとるに足りない状態であることの裏返しでもある。単純に量による市場占有率を高めるには産地規模が小さ過ぎるため、やはり高糖度果実への技術

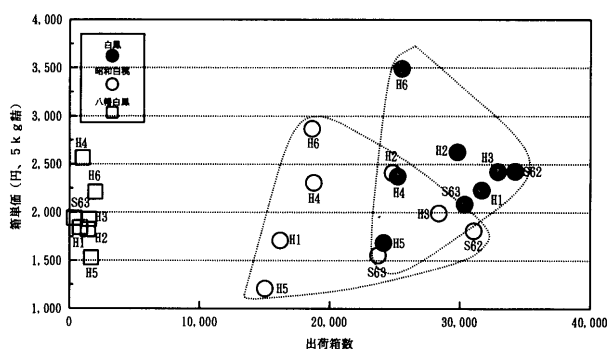


図5 モモ果実の出荷数量と卸売価格の関係

われているということであろう。これに対して、個人販売の宅配では、常時定価販売を行っているわけであるから、年による糖度の変動があっても価格にはねかえることはない。しかし、消費者も美味しいモモへの欲求は強いはずであるから、味が落ちれば次第に客離れが起こることになる。宅配に関しても固定客を増加させるには高糖度への取り組みは重要なことである。一般に、青果物の小売価格は卸売価格の2倍である。卸売価格が2,000円なら小売価格は4,000円である。宅配料が800円とすれば、一箱3,200円までであれば一般小売価格と同じになるから新鮮さと生産者からの直接の果実であるという付

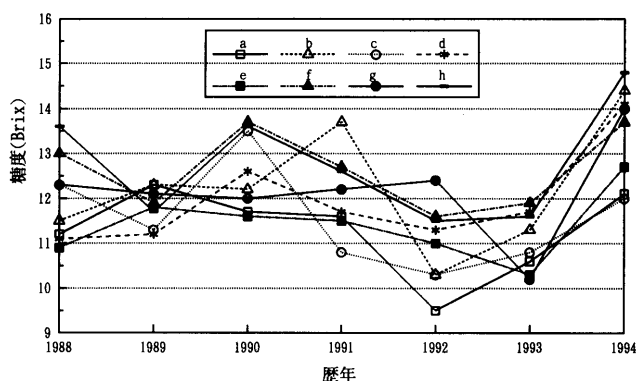


図6 モモ果実‘白鳳’の出荷者毎の糖度の推移

を追求することが望まれる。図6には本町内のモモ生産者の中で比較的高糖度果実を生産する農家から低糖度果実しか生産しない農家まで8人を選び、その出荷果実の糖度の暦年変化を示した。これによれば、f, hなどは常時高糖度果実を生産しており、逆にa, eの出荷するモモの糖度は常時低いことが示されている。一般に糖度の高い生産者とそうでない生産者がいるといわれているが、モモでも同じことが云える。糖度と土地条件との関係についても検討を加え、低糖度の生産者については適切な改善策が必要である。図6で明らかなように年によって糖度は様々な値をとる。生産者は、高い値となった年の糖度を記憶していて自分の圃場の果実は甘いと誤解している場合がある。やはり変動が大きいことを認識しておかなければならない。

モモの糖度は年次変動が大きく、そのために品質保証のために非破壊での糖度検査が実施されるまでになった。図6に示されるようにその変動は極端である。栽培条件の改善で安定品質となる方法が必要である。糖度は4月の開花期から成熟期までの降水量、日照時間、気温が関係し、特に成熟期の多湿は好ましくないとされている。図7は降水量と糖度の関係を昭和63年から平成5年までのデータで示したものである。降水量データは久々野町に近い高山市の降水量であり高山測候所の観測値を用いた。4月以降8月までの糖度との関係を検討したところ、8月上旬の降水量が比較的高糖度と直線関係があるようであった。果

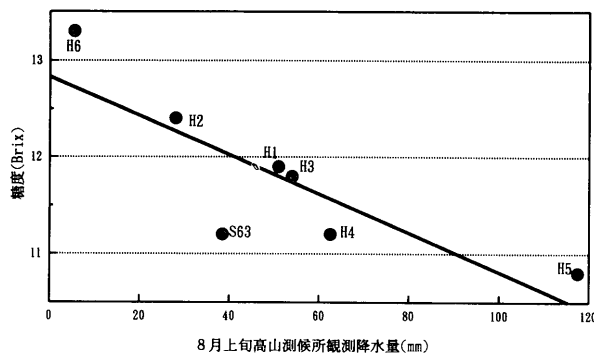


図7 モモ果実‘白鳳’の糖度と降水量の関係

時間190時間、成園10a当たり3t以上の収量が必要であるという。また、岩手県農業試験場によれば、低樹高化によって規模拡大と所得増が図れるという試算を行った。試験によれば収量と品質は低樹高化と慣行区で大きな差はなかったこと、平均労働時間は10a当たり20時間減少しこれを賃金換算すれば10,750円相当になるという。1栽培時期3人が3haを216時間で労働する条件で低樹高化による栽培面積拡大と所得増加の試算した場合、30%の低樹高化で16aの規模拡大と689,000円の所得増が可能で、収益性の高い順に低樹高化を進めることが良いが、特に早生種の低樹高化は規模拡大に寄与する。全面積を低樹高化すれば34.8aの規模拡大と1,537,000円の所得増になるという。

またモモについては高糖度生産の方向は重要であり、そのための品種更新とハウス栽培への志向は今後重要な岐路となろう。糖度の高い品種としては‘あかつき’、‘櫛形白桃’、‘川中島白桃’である。また、ビニールハウス栽培とボックス栽培についての試験を岐阜県高冷地農業試験場で行ったところ、単に高糖度というだけでなく2～11日の前進出荷が可能であるという結果である。前進出荷及び糖度は関わりが深く、また糖度と市場価格は密接な関係にあることから、この方面での取り組みが期待される。試験場と連携して町として新しくサクランボを導入することも含めて果樹栽培の技術向上を進めることは重要なことであろう。

また、都市と農村の交流は、これからの農業農村にとって重要な取り組みである。町として取り組んできているふるさと久々野会は都市消費者を客として迎え、町職員の奉仕作業によって支えられる内容となっている。昭和56年からの実績があるものの、更に工夫して活性化への手段に切り替えていくことが期待される。特に坂下町にみられる農業小学校や広く運動が進んでいるグリーンツーリズムのような哲学や教育論を背景に持った取り組みが今後の課題で、心の交流も必要である。単に支払った額に見合う産物を渡すだけの交流では町の側が消耗するだけである。本町の果樹産地としての規模は小さく、また飛騨全体での規模も長野や青森とは較べられない。飛騨の果樹生産の特徴としては宅配などによる直売方式が主流を占め、久々野町の果樹農家の意識も共販による所得低減を意識し個人の直売方式を志向している。この考えを変えさせてまでの共販方式のメリットは現在のところ少ない。むしろ、都市住民と滞在型交流も含めて直結する考え方が本町の果樹振興方向であろう。宅配、現地直売の他に生協の援農体験、飛騨牛のバーベキュー、しほりたてジュースの販売など“もだに農園”の取り組みはこれからの一つの方向を示している。また全町をフルーツランドにして果樹園と自然資源を広く活用したリекреーションゾーン化する構想は農業公園としての機能を有するもので、これからの本町果樹振興にとって良い方向である。グリーンツーリズムに組み込むような宿泊施設の整備は課題である。特に幅広い層が宿泊できるよう高価なペンションだけでなく、都市部の子供会や消費者のグループが気楽に1週間程度宿泊できる価格帯も考えたいものである。

宅配にしてもJAによる卸売市場出荷にしても、果樹生産を中心とするのであれば、安定出荷とともにあくなき味の向上が重要である。調査検討の結果、生産規模が大きければ味が良好であると云うわけでもない。ビニールハウスあるいはボックス栽培を併用して高品質モモの栽培技術の導入や新品種の導入がこ

実糖度は栽培中の水条件との関わりが深いことは良く知られていることである。地下水位との関係も重要である。すなわちこの時期の降水量の制御が可能であれば、糖度制御につながる可能性があるのではないかと考えられる。その具体的な方策はハウス栽培である。

2. 品質向上と多面的取り組みの必要性

リング経営に関する青森県農業推進センターの最近の報告によれば、所得1千万円目標を達成するためには、労働配分の適正化のための品種構成、家族労働の多さ、農繁期の雇用確保、10a当たりの労働

れからとりくむべき重要な課題である。産地規模の拡大を図り地域として振興するには個別農家の直売でなく、JAを中心とした共販体制が重要な役割を果たすが、魅力ある方式の確立が必要である。先に述べた高糖度栽培技術や低樹高化園に積極的に取り組み、これを核にした系統共販率の向上を進めることが最も期待される場所である。久々野町がこのままの産地で推移するのか、魅力ある産地として生まれ変わっていくのかはこの取り組みに大きく関わる場所であろう。

文 献

- 1) 岐阜農林統計協会：“岐阜農林統計年報”1988－1995.
- 2) 全国農業構造改善協会“農業農村活性化の推進とその方策”1990.
- 3) 椋の湖農業小学校：“たがやしひととなる”1994.
- 4) 岐阜県久々野町農林課：“久々野町の農業”1993.
- 5) 農林水産省東海農政局：“名古屋圏の高速交通基盤を活用した地域整備計画調査報告書”1996.
- 6) 青森県農業推進センター：“青森県農業推進センター年報”1990.
- 7) 岩手県農業試験場：“岩手県農業試験場年報”1990.