

愛媛県中山町における農産物の直売と山村活性化の課題

篠原重則*

1. 緒言

農産物が農村の生産者から都市の消費者に流通する方式は、中央卸売市場、地方卸売市場などの卸売市場を経由して流通するものが主体であった。しかしながら近年は市場外流通とよばれる、卸売市場を経由することなく流通する生鮮食料品の比重が増してきているといわれている^{1~3)}。その市場外流通のなかで、近年注目されているのは、地方自治体や農協などが販売施設を開設し、そこで農村の生産者が都市の消費者に、野菜・果実などを直接販売する直売方式の増加していることである。

このような農産物直売施設については、農水省の本庁⁴⁾や、各地区の農政局⁵⁾などで、その実態把握にのりだしている。このうち大規模施設については、地方自治体や農協が設置しているものが多く、中小規模施設は生産者グループや婦人グループが設置しているものが多いという⁶⁾。そしてそれらの施設による農産物直売は、農村と都市との交流を深め、中山間地域における地域活性化に寄与していると、農水省構造改善局の調査報告書⁷⁾や、農業白書⁸⁾では高く評価されている。

農産物直売についての研究は、農業経済学や農業経営学の分野によって先鞭がつけられた。そこでは、農産物直売施設の機能の意義⁹⁾、あるいはその存立条件を生産者や消費者の側面から論じたり^{10・11)}、施設を運営する組織の再編などを考察したものが多く¹²⁾、農産物直売施設そのものに研究の重点がおかれているといえる。

地理学の分野で農産物直売を手がけた研究としては、鷹取泰子・岡橋秀典・小野次也の論考がみられる。このうち鷹取泰子の研究は、埼玉県の115カ所に及ぶ農産物直売所の立地展開と、その類型化を試み、さらに

都市近郊型と観光地隣接型の農産物直売所の地域特性を対比している¹³⁾。一方、岡橋秀典の研究は、主として中国・四国地方の農産物直売所の成立の背景をさぐり、さらに東広島市での実態調査によって、農産物直売所の類型区分を行い、その存立基盤を究明しようとしている¹⁴⁾。また小野次也の論考は、大分市の178カ所の農産物無人直売所の実態調査によって、その立地と存在形態を明らかにしている¹⁵⁾。菊地俊夫は関東地方におけるグリーンツーリズムの諸類型とその存在意義を論考したなかで、農産物直売を、大都市を中心とした圏構造のなかで位置づけようと試みている¹⁶⁾。

これら4者の研究は農産物直売についての、地理学の研究に先鞭つけたものとして評価されるが、残された研究課題も多分にある。それは農産物の直売が、農産物の生産者と、それを購入する消費者のどのような交流状況のもとに成立しているか、農産物の直売を契機に農山村の活性化がどのようになされたかなどについては、十分な説明がなされているとはいえないことである。

筆者は近年、過疎山村の活性化について、考察を重ねているが^{19・20)}、農産物の直売は過疎山村の活性化にとって、検討に値するものとの認識に至った。先に公表した愛媛県日吉村の農産物直売に関する研究は、愛媛県南予の奥地山村において、農産物の直売システムがどのようにして成立し、それが地域社会にどのような活力をもたらしたかを究明しようとしたものである^{21・22)}。今回ここに愛媛県中山町の農産物直売と山村の活性化について論考を試みたのは、日吉村の研究線上にあるものであるが、日吉村と中山町では、農産物直売の立地環境が大きく異なっている。それは日吉村が南予の僻遠の山村であるのに対して、中山町はいわば県都松山市の近郊山村といえる。遠隔地山村と近郊山村では農産物直売の形態や機能にも大きな差異があり、両者の対比を行うことは、地理学の視点から、

*松山大学人文学部

農産物直売に関する研究として、大きな意義があるのではないかと考え、ここにその研究成果を公表するものである。

なお、中山町の農産物直売に関する研究としては、愛媛大学農学部学生佐々木裕子の「都市との交流と地域活性化－愛媛県中山町の事例として²³⁾」と、筆者の「農産物直売にける村－中山町²⁴⁾」がある。前者は過疎化の進行する山村を新しい地域資源利用の方法として、都市と農村の交流という視点から、中山町特産品センターのふるさと市の設立意義と、それが地域社会にいかなる波及効果を及ぼしているかを論及しようとしたものである。調査方法は、農産物直売にたずさわっている農村婦人と、そこに来訪する購買客に対するアンケート調査に主として依拠している。しかしながら特産品センターの機能や、農産物直売にたずさわった農家に関する基礎的データの収集が不十分

であり、中山町の地域特性との関連で、農産物直売がどのような機能を果たしているかについて、十分な論証がなされているとはいえない。一方、後者の研究は愛媛県の山村活性化への動向の一つとして、中山町の農産物直売の意義を論じているが、紙数の制約から、その概論を述べているのみで、十分な論考がつけられているとはいえない。

2. 愛媛県における農水産物直売施設の開設と分布

愛媛県の農水産物直売所に関する研究資料としては、伊予銀行地域経済研究センターの「地域を売り込む特産品センターの現状と課題²⁵⁾」が1996年に刊行されている。ここには主な特産品センターとして、50施設の一覧表があり、それぞれの施設の開設年と所在地、さらにはその施設の類型と経営形態が区分されている。

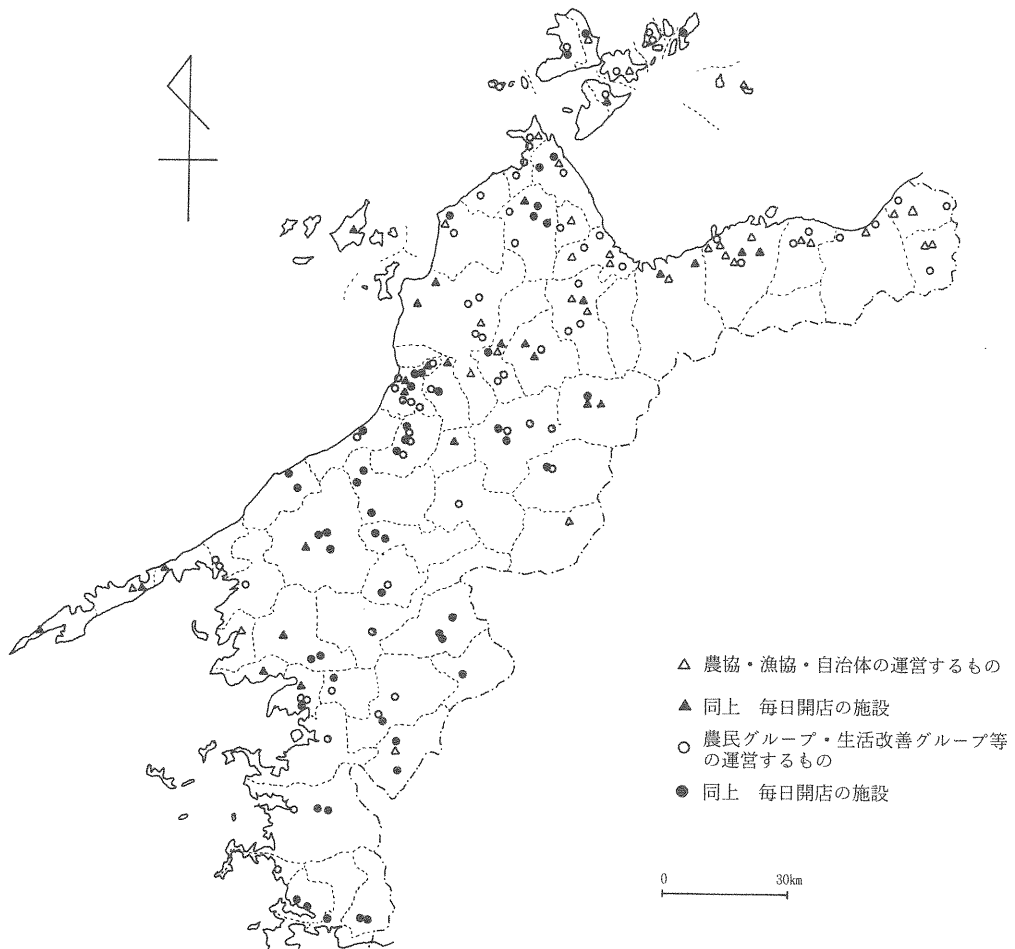


図1 愛媛県の農林水産物の直売所の分布（1998年）

注）愛媛県農林水産物技術指導課資料より作成

これによると愛媛県の特産品センターの開設年は、1971年の御荘町サンパールに始まっているが、1970年代開設の5施設は、伝統的工芸品販売タイプと付帯型販売タイプであり、うち4施設までが民設民営であることがわかる。1980年代には14施設が開設されているが、むらおこし特産品タイプとしてはじめて登場したのは、1984年のひじかわ特産開発公社である。同種の施設として2番目に登場したのが、1986年の中山町特産品センターである。1990～1996年の間には31施設が開設されているが、この年代の施設は公設民営で、その大部分はむらおこし特産品タイプと農産物直売タイプに分類されている。このうち中山町では、1991年のクラフトの里、1994年の遊楽館が開設され、中山町は愛媛県の先導的な農産物直売施設の開設地であったことがわかる。

下って、1998年8月、愛媛県農林水産部技術指導課は、「おでかけガイドブック²⁶⁾」を刊行しているが、このなかには、農産物直売所の名称、所在地、運営主体、開催日が網羅されている。図1はその直売所の分布を、運営主体別、開設日別に区分して図化したものである。これによると施設数は合計177にも達し、近年の農水産物直売施設の急増ぶりは目をみはるものがある。地域別にみると、松山市周辺の伊予市・中山町・重信町や、今治市・新居浜市・川之江市などの東予臨海部の都市とその近郊に分布密度が高く、中予山間部や南予地域に分布密度が低い。このことは農産物の直売が、都市の消費地を対象に営まれていることを暗示しているといえる。運営主体別にみると、農協組織の弱い東予東部の地域に、農協直営や農協組織の一環として運営されているものが多いのは意外な観がある。

3. 中山町の地域特性

中山町は県都松山市の南方28kmに位置し、町内を松山市から南予の中心地宇和島市方面に通ずる国道56号が縦断する。松山平野と中山町の間には、標高320mの犬寄峠^{いぬよせ}があり、羊腸たる峠道は国道の難所であったが、1968年国道56号の全線改良工事の完了にともない、松山市からの自動車による時間距離は約30分となり、松山市の近郊山村の性格を帯びてきた。

町域は北方の中央構造線と、南方の御荷鉾^{みかぶ}構造線の間であり、四国山地中軸部を東西に走る結晶片岩地帯に属する。地形は全般的に急峻な壮年期の地貌を呈し、

600～900m程度の山間を流れる中山川の本支流は鋭いV字谷をなし、谷底平野はあまり見られない。したがって集落と耕地の多くは、300～500m程度の山腹緩斜面に立地し、住民は肥沃な結晶片岩の風化土を利用し、主として畑作農業を展開してきた。

気候は標高163m程度の中山町役場付近で、最寒月1月の平均気温が4.3℃、最暖月の8月の平均気温が26.6℃であり、松山市と比較して、1月で2.2℃、8月で1.1℃低温である。しかしながら多くの山間集落では、役場付近の気温より2～3℃低く、準高冷地の気候特性を有するといえる。年降水量は1650mmに達し、瀬戸内式の寡雨気候を特色とする松山市と比較し、400mm程度多雨である。

中山町の住民の生業は、従来農林業を主とするものが多く、1960年の産業別就業者数をみると、農林業に従事するものは73%に達する。産業別就業者数は、その後の高度経済成長期の間には第2次・第3次産業に従事するものが増加し、2000年現在では農林業に従事するものは35%に減少した。中山町における1960～2000年間の農業の変化については、表1に示す。40年間

表1 愛媛県中山町の農家数・栽培作物等の推移

	1960年	1970年	1980年	1990年	2000年
世帯数	1808	1629	1539	1504	1451
人口	9108	6784	5953	5366	4541
農家数	1273	1172	1060	921	784
兼業農家数	356	222	185	158	159
第1種兼農数	753	605	367	219	83
第2種兼農数	164	345	508	442	415
農家人口	7458	5580	4591	3928	3018
耕地面積(ha)	854	1410	1280	1120	879
田	287	275	199	191	167
普通畑	396	248	184	158	148
樹園地	160	882	895	773	564
作物延作付面積(ha)	1360	1510	1480	1210	912
稲	265	238	164	135	111
麦類	364	56	0	0	—
いも類	57	29	23	4	5
雑穀	202	12	2	1	11
豆類	99	27	16	9	5
果樹	78	870	1010	748	536
野菜	158	99	160	223	220
工芸作物	108	135	99	74	38
桑	8	7	—	1	—
飼料作物	21	34	2	8	0
生シタケ(100kg)			477	957	98
乾燥シタケ(〃)			633	582	173
乳用牛(頭)	26	130	58	157	143
肉用牛(〃)	399	80	27	44	×
豚(〃)	8	0	891	9880	×

注) 愛媛県市町村別統計要覧 昭和35年～平成12年(中国四国農政局愛媛統計情報事務所)より作成

表2 愛媛県中山町の農業粗生産額の推移（単位千万円）

	1970年	1975年	1980年	1985年	1990年	1995年	1999年
米	10(9.6%)	17(7.1%)	16(5.8%)	20(6.6%)	16(5.9%)	17(6.4%)	11(5.7%)
雑穀・豆・いも類	2 (1.9)	3 (1.3)	4 (1.4)	2 (0.7)	3 (1.1)	2 (0.7)	3 (1.6)
野菜	7 (6.7)	12 (5.0)	28 (10.1)	44 (14.5)	72 (26.9)	72 (27.0)	73 (37.8)
果実	45 (43.3)	91 (38.1)	55 (19.9)	72 (23.7)	28 (10.4)	37 (13.9)	29 (15.0)
花卉		2 (0.8)		2 (0.7)	1 (0.4)	10 (3.7)	8 (4.1)
工芸作物	18 (7.3)	33 (13.8)	41 (14.8)	44 (14.5)	38 (14.2)	36 (13.5)	20 (10.4)
雑苗・苗木	12 (11.5)	3 (1.3)	8 (2.9)	5 (1.6)	9 (3.4)	6 (2.2)	2 (1.0)
畜産	10 (9.6)	78 (32.6)	125 (45.1)	115 (37.8)	101 (37.7)	87 (32.6)	47 (24.4)
計	104 (100)	239 (100)	277 (100)	304 (100)	268 (100)	267 (100)	193 (100)

注) 統計からみた市町村のすがた(昭和46年～平成12年版)より作成

に農家数は38.4%減少し、農家のなかでも第2種兼業農家の増加が著しい。耕地面積は1960年以降果樹園の増加によって増加したが、1970年以降はミカン園、クリ園の減少によって、1970年以降の30年間では37.7%も減少した。栽培作物の推移をみると、高度経済成長期に突入する以前の1960年には、谷底平野で稲作が営まれるかたわら、山腹斜面の畑地では、夏作に甘藷・雑穀を栽培し、現金収入源はクリと工芸作物の葉タバコに依存するものであった。1960年以降は農業基本法のもとに、商品作物のミカンとクリが選択的作物として新植され、1970年には中山町の農業粗生産額の43%は果実が占める状況となる。しかしながらミカンは1976年以降相次いで冷害の被害を受け、クリはクリタバコの蔓延と韓国クリの輸入増加に圧倒され、1990年以降その栽培面積を急速に減少させる。1970年以降栽培面積を増加させた作物は野菜であり、2000年の野菜栽培面積は1970年の2.2倍となり、中山町の農業粗生産額の38%を占める状況となっている。野菜栽培の増加は、松山市との交通条件が改善され、中山町が松山市の近郊野菜栽培地化したことによるといえよう。

中山町の人口は1960年に9108であったものが、2000年には4541となり、40年間に半減した。高度経済成長期に人口が急減したのみでなく、人口の高齢化も著しく、2000年現在65歳以上の老年人口の比率は18.3%にも達する状況となっている。中山町の耕地面積や作物の栽培延面積が減少したのは、過疎の進行と人口の高齢化による点が大である。中山町が農産物直売事業に取りくんだのは、人口の減少を防止し、山村の活性化を図ることが、大きな目的であったといえる。

4. 農産物直売施設の開設と公的資金の導入

中山町には国道56号ぞいに3カ所の農産物直売所が

あった。その一つは、1986年3月に開設された中山町特産品センターである。この施設は同年開設されたJR中山駅に隣接して立地する。施設内には特産品の展示・販売所と特産物加工実演室、それに特産品加工調理室、特産品試食コーナー(食堂)がある。展示・販売所では中山町産の菓子・加工食品が販売され、その軒先では中山町産の野菜が毎日市として、ふるさと市の有志によって常時販売されている。また日曜日と祭日には、ふるさと市の会員による農産物の直売市も開催される。

第2の施設は中山町役場から4km北方の上長沢にあるクラフトの里である。ここには日用工芸品や町内の菓子・加工食品を販売するウッドクラフトセンター、約6000万円の巨費を投じた大理石づくりの公衆トイレ、地元産の果実・野菜などの素材を生かしたシャーベットの製造販売する施設、ソバ打ちの体験学習の場であるソバ打ち体験施設、木工細工を体験できる木工クラフト体験施設があり、さらに乗用車にして160台の駐車が可能で大駐車場もある。ウッドクラフトセンターとソバ打ち道場内には食堂も併設されている。ウッドクラフトセンター前の広場では、しあわせ市会員の直営する土・日曜市が開催され、加盟農家の農産物等が直売される。またクラフトセンターでは主として中山町産の野菜・果実などを販売する常設市(売上げの70%はしあわせ市会員の出荷物)もみられる。これらの施設は1990年度から1992年度の県単独事業である愛媛アグリトピア構想推進事業にのって整備されたものである。

第3の施設は中山町の中心市街地の南端に近い^{そうか}添賀の地に立地する栗の里公園である。栗の里公園の中心施設は1992年に建設された^{ゆりか}遊栗館と1995年に建設された花の森ホテルである。遊栗館の開館は1994年5月であるが、その運営は中山町と民間会社の^{しよかん}酒館、酒館開

表3 愛媛県中山町の特産物販売施設等の建設と公的資金の投入 (資金の単位は千円)

施設名	実施事業	実施年度	総事業費	資金の内訳
①中山町物産センター	新農業構造改善事業 前期対策	1985年	57,770	国庫補助 28,450
				過疎債 28,400
				一般財源 920
②クラフトの里 ウッドクラフトセンター	愛媛アグリトピア 構想推進事業	1990年	64,314	県費補助 10,000
				過疎債 46,800
				一般財源 7,514
優良木材活用モデル施設 (公衆トイレ)	愛媛アグリトピア 構想推進事業	1991年	57,105	県費補助 20,000
				過疎債 26,000
				一般財源 11,105
アイスシャーベット製造販売施設	農業農村活性化 農業構造改善事業	1991年	7,143	国庫補助 1,500
				一般財源 5,643
そば打ち体験施設	愛媛アグリトピア 構想推進事業	1992年	102,301	県費補助 20,000
				過疎債 48,200
				一般財源 34,101
木工クラフト体験施設	新山村振興農林漁業対策 事業	1992年	38,000	国庫補助 19,000
				過疎債 18,000
				一般財源 1,000
クラフトの里広場等利用施設 (駐車場)	新山村振興農林漁業対策 事業	1992年	50,000	国庫補助 25,000
				一般単独事業債 25,000
農産物加工施設	愛媛県高効率生産体制整備 事業	1992年	5,500	費補助 1,833
				一般財源 3,667
③栗の里公園 地域資源活用工房施設 (遊栗館)	農業農村活性化 農業構造改善事業	1992年	330,272	国庫補助 104,000
				一般単独事業債 156,000
				一般財源 70,272
ふれあい広場施設	農業農村活性化 農業構造改善事業	1992年	57,500	国庫補助 23,000
				一般単独事業債 34,500
連絡道(橋) モニュメント	農業農村活性化 農業構造改善事業	1993年	198,470	国庫補助 131,250
				過疎債 56,000
				一般財源 11,220
ふれあい広場施設	農業農村活性化 農業構造改善事業	1993年	105,013	国庫補助 42,000
				一般単独事業債 63,000
				一般財源 13
中山町交流促進センター (花の森ホテル)	中山間地域資源活用整備 事業	1995年	691,469	国庫補助 321,000
				一般単独事業債 321,900
				一般財源 48,569

注) 中山町役場提供資料より作成

発などの出資する第三セクターによってなされている。館内には栗を使ったシャーベットや、遊栗まんじゅうなどの菓子の実演加工場、展示即売所があり、郷土料理を提供するいろいろ庵が併設されている。またかたわらには栗の資料館もある。遊栗館内では、町内の農家の結成するにこにこ市の会員が、日曜日に農産物を来館者に直売していたが、その入口がJRの鉄橋下であり、来訪者が入館できにくいところから、その売上額は前2者の直売所と比較してきわめて少量であった。花の森ホテルは宿泊施設、レストラン、宴会場からなり、町直営で営業している。このうち遊栗館については、第三セクターの担い手であった酒館が2001年倒産したところから、同年10月より休館となる。同館の農産物直売所は売れ行き不振から、遊栗館の休館以前に、

すでに自然消滅の状況であった。

これら3つの施設がどのような事業名で、公的資金をどのように導入してなされたかは、表3に示している。3つの施設の建設資金は合わせて17.6億円に達するが、うち国・県の補助金が42%、過疎債などの町の起債が47%、一般財源が11%の構成比率である。過疎地域における各種施設の建設は、おおむねこのように、公的資金の投入によってなされる例が多いが²⁷⁾、中山町もその例にもれない。

5. 中山町における農産物直売施設の運営

1) 特産品センターの運営とふるさと市

1986年3月1日に営業開始した中山町特産品センター

は、中山町（出資比率50%）・農協（25%）・森林組合（5%）・商工業者の有志（20%）などの出資によって設立された第三セクターの有限会社によって運営されている。2001年の従業員は正社員がセンター長を含めて4人、パート職員6人、アルバイト職員4人であり、同年の売上高は2.1億円となっている。営業内容は店舗での菓子類や加工食品の販売、JR松山駅構内でのアンテナショップでの生鮮食品等の販売、松山市のスーパーABCでの生鮮食品の委託販売、松山市や今治市の各イベント会場への出店販売、食堂経営（外部業者に委託）などである。

1992年以降の売上高の推移は表4に示す。最近10年間の総売上高はほとんど変化はないが、店舗中心での営業から、町外での販売中心へと大きく変化している。これは特産品センターの駐車場が狭小であり、自家用車での買物客が減少したこと、他地域での農産物直売所が相次いで開設され、その競合にさらされたこと、2001年7月に高速道路が開通し、国道56号の自動車交通量が減少したことが主な要因である。店舗での売上高の減少をカバーするために松山市場に積極的に進出しているのが、現在の特産品センターの戦略である。

表4 中山町特産品センターとふるさと市の売上高の推移
(単位は万円)

年	特産品センター売上高					ふるさと市の売上高
	総売上高	店舗	食堂	JR松山店	スーパーABC イベント会場	
1989						2,084
1990						3,134
1991						3,743
1992	22,295	14,852 (66.7)	2,750 (12.4)	4,656 (20.9)		3,199
1993	23,347	14,910 (63.9)	2,628 (11.3)	5,808 (24.9)		3,767
1994	22,434	14,818 (66.0)	2,583 (11.5)	5,032 (22.4)		3,757
1995	23,228	16,054 (69.1)	2,204 (9.5)	4,969 (21.4)		3,473
1996	22,856	16,977 (74.3)	1,528 (6.7)	4,350 (19.0)		3,508
1997	22,839	17,010 (74.5)	1,574 (6.9)	4,253 (18.6)		3,269
1998	21,400	12,897 (60.3)	1,426 (6.7)	3,642 (17.0)		3,433 (16.6)
1999	21,647	10,136 (46.8)	1,173 (5.4)	4,394 (20.2)		5,942 (27.4)
2000	20,769	8,725 (42.0)	613 (3.0)	4,442 (21.4)	4,007 (19.3)	2,979 (14.3)
2001	21,103	6,687 (31.7)	563 (2.7)	5,012 (23.8)	6,929 (32.8)	1,910 (9.1)

注) 中山町特産品センター資料より作成
特産品センター売上高の()内は総売上高に対する100
分比を示す。

また特産品センターでは日曜・祭日には、ふるさと市の会員によって農産物の直売が行なわれているが、その直売市も1991～1994年ころまでは3200～3800万円程度の売上げがあったものが、2000年には1800万円程度と最盛期に比較して半減している有様である。ふるさと市の会員の有志は毎日市を結成し、店舗の軒先で農産物の直売をしているが、これは経理上は店舗の売上げに含まれている。なお特産品センターでの売上高は、2001年現在センターの売上げが2.1億円、ふるさと市の売上げが0.2億円で、合わせて2.3億円となっている。この額は最盛期の1993年と比較すると、約4000万円の減額となっている。

2) クラフトの里の運営としあわせ市

クラフトの里は1990年度から1992年度にかけて諸施設が順次建設されていった。クラフトの里が営業を開始したのは1993年であるが当初2年間は町直営で運営されていた。そのクラフトの里も1995年5月から中山町（資本金3000万円の半額出資）、中山町商業組合などの出資によって設立された第三セクターの有限会社のクラフトの里によって運営されることになった。2001年現在の従業員は、現場の責任者である常務を含めて正社員8人、臨時職員1人、パート職員14人となっている。

表5 クラフトの里としあわせ市の売上高 (2001年)
(単位万円)

クラフトセンター	5416	(48.0%)
特設市	2573	
その他	2843	
チャーベット	2252	(19.9)
喫茶	270	(2.4)
ソバ道場	3351	(29.7)
小計	11289	
しあわせ市	4804	
合計	16093	

注) クラフトの里資料より作成
()内はクラフトの里の売上比率を示す。

2001年のクラフトの里の売上高の構成は表5に示す。クラフトセンターは全体の48%の売上高を占めているが、ここでは木工品や竹細工品、菓子や加工食品が主として販売され、ウィークデーには主としてしあわせ市の会員の出荷した生鮮食品が常設市として販売されている。チャーベットは農家から購入したトマト・クリ・キウイ・スイカ・カボチャなどが利用され、来場者に人気がある。ソバ道場の売上げは、ソバ打ち体験・

菓子・麺類の販売と食堂でのソバの試食からなるが、このうち食堂の収入が70%程度を占めている。

クラフトの里の一角では、土・日曜日にしあわせ市会員の野菜・果実・加工食品などが直売され、その売上高は4800万円である。クラフトの里の売上げに直売市の売上げを加えると、クラフトの里での年間売上げ高は1.6億円に達する。1995年のクラフトの里の売上げは1.6億円で、うちしあわせ市の売上げが3300万円であったので、クラフトの里はその施設内での売上げ高は減少していない。農産物直売市のみに限ると、こ

の7年間に約1.5倍に増加しているといえる。それはクラフトの里が国道56号に接し、広い駐車場を有し、トイレや食堂も完備し、立地条件と諸施設に恵まれていることによるものといえよう。

6. 各施設における農産物直売のしくみと会員の分布

1) 農産物直売会員の組織と直売のしくみ

中山町特産品センターとクラフトの里で農産物を直売しているのは、中山町在住の農家である。このうち

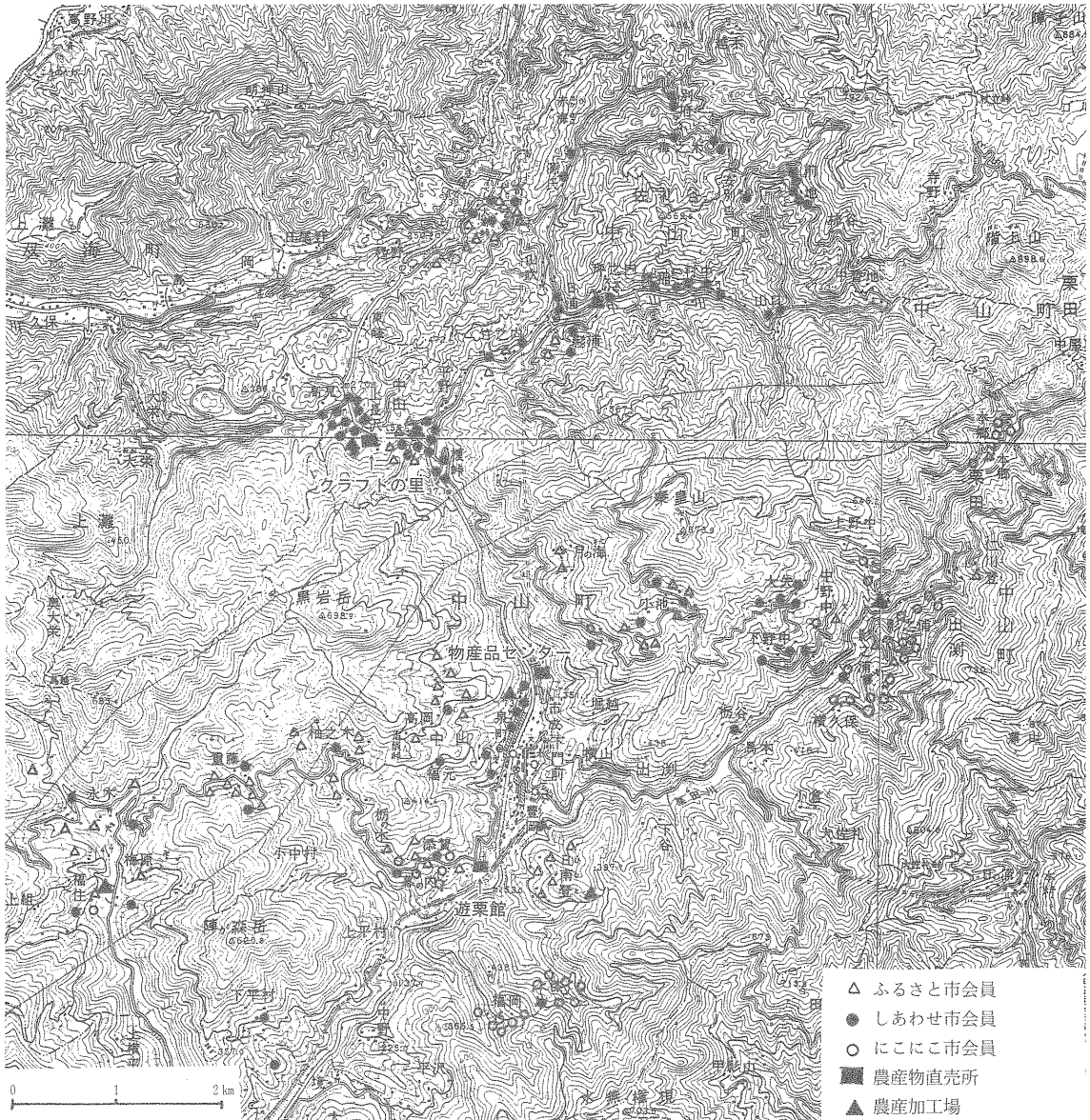


図2 愛媛県中山町の農産物直売会員の分布（1995年）
注）各会員名簿により作成

特産品センターでは、1986年から農産物を日曜・祭日に直売を開始しましたが、その直売市に農産物を出荷できるのは、ふるさと市といわれる直売組織に加盟している農家に限られている。各農家におおむね各集落ごとにグループを結成しているが、その人数は1995年現在12グループで69人であったが、2001年には10グループ61人に減少している。グループは直売の仕事に従事する単位であり、5人から9人の構成員よりなっている。直売市の開催日の当番はグループごとに輪番制となっているが、通常4人程度が出役している。当番の仕事は商品の点検・整理と販売・会計が主なものである。当番に当たったグループには1日1.5万円の手当が支給されることになり、それがグループの運営経費としてプールされた残金が各個人に分配される。

出荷農家は前日の午後に取り穫した農産物²⁸⁾を荷造りし、価格と生産者名を標示したラベルを商品に貼付し、直売市開催日の早朝7時までに、各自の所有する軽四トラックにて、特産品センターの広場に商品を陳列する。商品によっては売れ残るものがあるが、それは直売市の閉店する17時以降に各自が引取りに来ることになっている。出荷と残品の引取りは個人単位で行うのを原則としているが、永木のような遠隔地の集落では、グループ員の代表がグループ員の農産物をまとめて出荷することもあり、また軽四とラックを所持していない一部の農家のものを、グループ員が依託を受けて出荷することもある。出荷した農産物の売上代金は13%の手数料が差し引かれて、加盟者の金融口座に1週間ごとに払い込まれる。

1995年より営業を開始したクラフトの里の農産物直売市で販売可能なのは、しあわせ市の会員に限られる。各農家はおおむね集落ごとにグループを結成しているが、1996年現在12グループ97人であったものが、2001年には12グループ96人であり、会員数の変動はほとんど見られない。農産物直売のしくみは先発の特産品センターのしあわせ市に学んだので、そのしくみはおおむねふるさと市と同じである。異なる点は、直売市の開催日が土・日の両日であること、当番の人数が土曜日4人、日曜日5～6人であること、当番の日当は1人5000円で、レジ係は5500円であること、代金の清算が翌日の15日に一ヵ月ごとに振り込まれる点である。

なお両直売所とも、2001年5月よりレジにおける代金の計算は、バーコードの使用に切り替えたので、計算間違いがほとんどなくなり、当番の事務処理量が

幅に軽減された。

2) 会員の分布と農産物直売との関係

中山町で農産物直売にたずさわっている会員はどこに居住しているのだろうか。図2は1995年現在のふるさと市・しあわせ市・にこにこ市の会員の分布を示すものである。中山町で最初に開設された農産物直売所の特産品センターに所属するふるさと市の会員は、町内全域に分布しているが、特に会員の多いのは犬寄、下長沢、小池、高岡、添賀、柚之木、重藤、日南登等の集落である。次いで開設されたクラフトの里に所属するしあわせ市の会員は、クラフトの里に近い町域北部の佐礼谷地区に多く、ほか中野、大矢、泉町、永木等の集落に多い。これに対して3番目に開設された遊栗館に属するにこにこ市の会員は、遊栗館に近い町域南部に多いといえる。

会員の高度別の居住地をみると、小池や大矢・安別

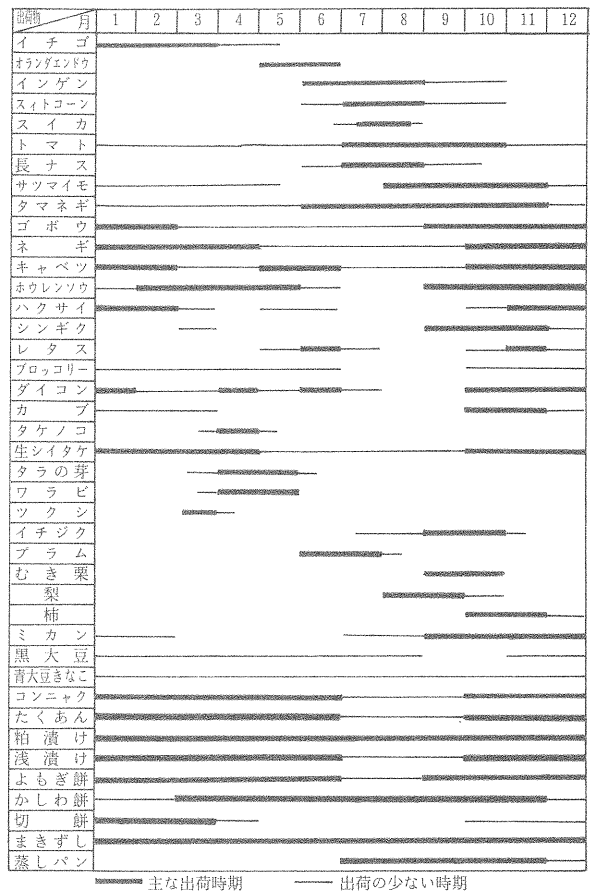


図3 中山町の農産物直売農家の農産物等の出荷時期
注) 中山町特産品センターの資料より作成

当のごとく、標高500~600m程度の日向斜面に立地するもの、上長沢や下長沢、竹の内、坪ノ内のように、中山川の谷底平野に位置するもの、あるいは漆、福岡、影之浦のように日陰斜面に位置するものなど、その立地環境はきわめて多様性に富んでいる。このように立地環境が多様性に富んでいることは、それぞれの地域で異なった野菜・果樹などが栽培可能であり、また同じ野菜や山菜でも立地環境の違いによって、出荷時期に早晩の差を生んでいるといえる。図3は農産物直売農家の栽培する主な野菜・山菜・果実の出荷時期を示すが、出荷時期がかなり長いのは、集落による出荷の早晩を反映しているのである。このように立地環境の差異から、集落によって野菜・果樹の栽培作物が異なり、しかも出荷時期が異なることは、野菜・果実などについて多様なニーズをもつ消費者に対応する上で好都合であり、中山町は農産物の直売にとっては、きわめて有利な地域条件を具備しているといえる。

3) 加工食品の生産と出荷

特産品センターのふるさと市とクラフトの里のしあわせ市には、野菜・果実等の生鮮食品以外に、まきずし、いなりずし、きねつき餅、切餅、かしわ餅、むしパン、かりんとう等の加工食品も出荷される。加工食品は直売市のグループにおいて生産されるのみでなく、そのグループを縦断した別組織のグループにおいても生産される。

加工食品の生産は特産品センターに属するグループに多いが、特に生産の多いものを上げると、あすなるグループ、栗の実グループ、下長沢グループ、日南登グループなどがあり、年間の売上げ高は多いグループで800万円、少ないグループで300万円に達する。このうちあすなるグループは、集落ごとのグループをこえた縦断的組織で、その構成員は13名に達する。主な加工食品であるクリずし、ばらずし、いなりずし、黒まめ、むしパンなどを中山の農産加工場で製造し、日・祭日のふるさと市で直売したり、特産品センターを通じて、松山市のスーパーABC、JRの松山駅のアンテナショップに出荷している。原料は会員が生産した穀物や外部から購入したものを使用し、売上金は会員の日当として支払うと同時に、会員の研修旅行の費用等に使用している。栗の実グループは野中の4人の主婦によって構成された集落単位のグループである。生産する加工食品は、さくら餅、おはぎ、かぼちゃまん

じゅうなどであり、野中の農産加工場で生産し、毎日特産品センターに出荷しているという。日南登グループでは日南登在住の5人が構成員で、主としてコンニャクを生産している。コンニャク芋は自家生産したものを、町内の農家や喜多郡河辺村の農家から購入したものを使用する。集落内の加工場にて共同作業で生産したコンニャクは特産品センターの毎日市と、特産品センターを通じて、松山市のスーパーABC等に出荷している。

一方、クラフトの里に属するしあわせ市の会員でグループごとに加工食品を出荷しているのは、下長沢グループと、犬寄の住民が主として構成するマロングループであり、その売上高も特産品センターのグループと比較すると少額である。

4) 特産品センターにおける

農産物の町外出荷のしくみ

中山町特産品センターは、施設内における販売よりも、町外出荷に力を注いでいることはすでに述べた。2001年現在の町外出荷先はJR松山店と松山市のスーパーABC、さらには町外各地のイベント会場である。これら3カ所の売上高は1億1385万円で、特産品センターの総売上高の66%に達するが、このうちふれあい市の会員の出荷高は4740万円であり、町外出荷全体の34%を占めている。このことは町外出荷の生鮮食品や加工食品は、中山町のふれあい市の会員以外の農家や商工業者等の商品も出荷されていることを示しているが、ふるさと市の会員にとっても大きな収入源となっている。

特産品センターの町外出荷のしくみは、特産品センターが販売可能と思われる品目・数量を推定して、町内の各農家あるいは商工業者に前日の午後に発注する。発注を受けた農家や商工業者は、その要請に応じて、当日の早朝7時までには、価格・氏名を打ち込んだラベルを貼付した商品を、特産品センターに納入する。商品は特産品センターのトラックで、JR松山店、スーパーABCの特設コーナーに陳列される。売れ残った商品は当日又は翌日に特産品センターが回収し、最終的には出荷者に引き取られることになっている。出荷品に対する特産品センターの手数料はいずれも23%であり、そのうちから各店舗の場所代と委託販売料金(スーパーABC)が支払われる。各出荷者に対する代金の支払いは、後日特産品センターから金融機関の口座に振り込まれる。

表6 愛媛県中山町しあわせ市への来訪者の属性と来訪形態(1996年)

① 性別			
男	18(36.0)	女	32(64.0)
② 年齢			
19歳以下	0	50~59歳	19(38.0)
20~29歳	4(8.0)	60~69歳	12(24.0)
30~39	7(14.0)	70歳以上	2(4.0)
40~49	6(12.0)		
③ 利用交通機関			
自家用車	50(100.0)	バイク	0
定期バス	0	自転車	0
観光バス	0	徒歩	0
④ 来訪形態			
個人	3(6.0)	隣人	0
家族	44(88.0)	団体	0
友人	3(6.0)		

注) アンケート調査(1996.7.28)
() 内な回答者総数50に対する百分率

表7 愛媛県中山町のしあわせ市への来訪動機と回数(1996年)

① 本日の主な訪問先			
クラフトの里のしあわせ市	30(60.0)	他の市町村	15(30.0)
中山町特産品センター	17(34.0)		
② クラフトの里を来訪した目的			
農産物とその加工品の購入	44(88.0)	シャーベットの購入	12(24.0)
木工・民芸品の購入	2(4.0)	そば打ち・木工体験	1(2.0)
食堂の利用	1(2.0)	トイレ休憩	7(14.0)
③ 今までの来訪回数			
初めて	1(2.0)	30~50回程度	7(14.0)
2~5回程度	9(18.0)	50~100回 "	10(20.0)
5~10回 "	6(12.0)	100回以上 "	8(16.0)
10~30回 "	9(18.0)		
④ 初めての来訪の動機となった情報			
くちコミ	10(20.0)	町の宣伝	4(8.0)
通行中に気づく	34(68.0)	無答	2(4.0)
テレビ・ラジオ	0		
⑤ 農産物と加工食品で購入したいもの			
野菜	44(88.0)	御飯	4(8.0)
果実	23(46.0)	もち	8(16.0)
漬物	21(42.0)	まんじゅう	11(22.0)

注) アンケート調査(1996.7.28)
() 内な回答者総数50に対する百分率, ①・②・⑤は複数回答である。

7. 農産物直売所に対する来訪者の評価

1) 来訪者の属性とその発地

中山町の農産物直売所への来訪者の発地はどこか、彼等はどのくらいの買物をするのか。また直売所やその販売商品について、どのような評価を下しているのか。そのような資料は中山町役場にも各施設にも持ちあわせていないことが判明した。そこで筆者は、クラフトの里において、1996年7月28日(日)の午前中に50人の来訪者をランダムに選び、面接調査の形でアンケート調査を実施した。図4と表6~8は、そのアンケート調査の集計結果である。

表6は来訪者の属性と来訪形態を示している。回答者は64%が女性であるが、それは農産物の購入では女性が主導権をもっていることの反映であり、来訪者の男女数にそれほど差異はなかった。回答者の年齢は50歳以上が66%を占め、中・高齢者の比率が圧倒的に多いことがわかる。利用交通機関は全員自家用車であり、家族単位のもの88%も占めている。来訪者の発地を図4でみると、国道56号ぞいの松山市・伊予市・松前町が多く、国道33号ぞいの者も県道伊予・川内線を経由して来る者が多いことがわかった。表7は来訪者の来訪目的や来訪回数を訪ねたものであるが、来訪目的はクラフトの里と特産品センターに農産物と加工食品を買うことを目的としているものが圧倒的に多く、来訪回数は30回以上のものが半数にも達し、常連客の多

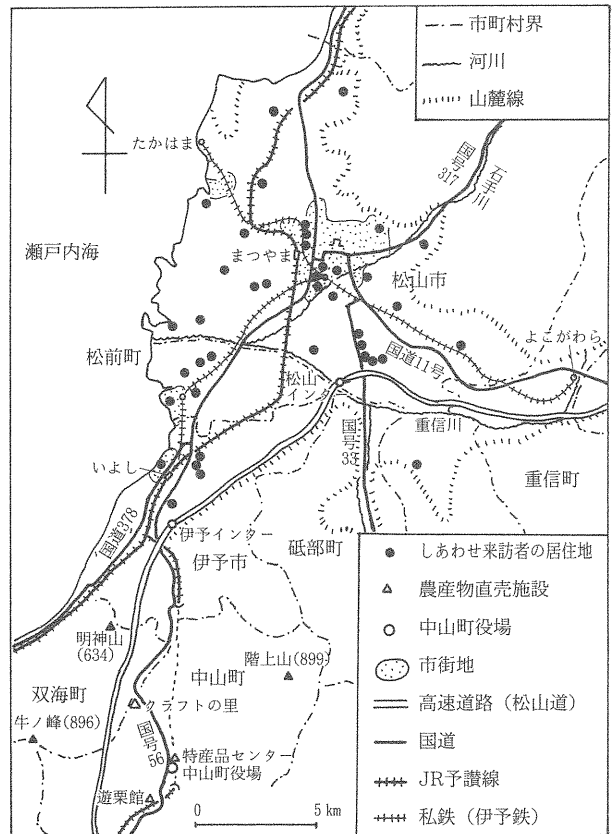


図4 中山町しあわせ市の来訪者の発地

注) 1996年7月28日(日)面接聞き取り調査によって作成
図郭外の来訪者は今治市・菊間町・五十崎町・大洲市・日吉村・宇和島市・高松市・丸亀市・明石市に各1名を数える。

いことが判明する。

2) 来訪者の評価

表8は来訪者のしあわせ市とクラフトの里に関する評価を示す。来訪者の直売市での購入金額は1000円以上が68%に達している。野菜・果実については、鮮度が高く、価格が安いというのが購入動機といえよう。

表8 愛媛県中山町のしあわせ市の販売農産物・加工食品などについての評価(1996年)

① 本日、農産物と農産加工品をどの程度購入したか			
300円以下	2 (4.0)	1000~2000円	17(34.0)
300~500円	3 (6.0)	2000~3000円	9(18.0)
500~1000円	11(22.0)	3000円以上	8(16.0)
② 野菜・果物の購入動機			
スーパーなどと比べて安い	21(42.0)	安全性が高い	11(22.0)
鮮度が高い	37(74.0)	住民との触れあい	3 (6.0)
③ 野菜・果物の価格について			
大変安い	13(26.0)	かなり高い	0
かなり安い	29(58.0)	高い	0
普通	8(16.0)		
④ 漬物の購入動機			
スーパーなどと比べて安い	7(14.0)	ふるさとの味がする	18(36.0)
味がよい	20(40.0)	住民との触れあい	0
安全性が高い	8(16.0)	(回答者総数44)	
⑤ 漬物の価格について			
大変安い	4 (8.0)	かなり高い	0
かなり安い	19(38.0)	高い	0
普通	20(40.0)	(回答者総数43)	
⑥ 御飯・もち・まんじゅうの購入動機			
スーパーなどと比べて安い	3 (6.0)	ふる里の味がする	19(38.0)
味がよい	16(32.0)	住民との触れあい	2 (4.0)
安全性が高い	7(14.0)	(回答者総数35)	
⑦ 御飯・もち・まんじゅうの価格について			
大変安い	3 (6.0)	かなり高い	0
かなり安い	9(18.0)	高い	0
普通	20(40.0)	(回答者総数32)	
⑧ 品揃えについて			
大変豊富	4 (8.0)	かなり少ない	3 (6.0)
かなり豊富	24(48.0)	少ない	1 (2.0)
普通	18(36.0)		
⑨ レジの人の対応について			
大変よい	10(20.0)	かなり悪い	1 (2.0)
かなりよい	20(40.0)	悪い	1 (2.0)
普通	18(36.0)		
⑩ 交通の便について			
大変便利	18(36.0)	かなり不便	2 (4.0)
かなり便利	18(36.0)	不便	0
普通	12(24.0)		
⑪ 付帯施設について			
大変よい	14(28.0)	かなり悪い	0
かなりよい	22(44.0)	悪い	0
普通	14(28.0)		

注) アンケート調査(1996.7.28)

()内は回答者総数に対する百分比

②・④・⑥は複数回答である。

④・⑤・⑥・⑦は回答総数が100に達しないので、参考までに回答総数をそれぞれ付記している。

漬物や御飯・餅・まんじゅうについては、味が良いとふる里の味がするが、来訪者の高く評価する点といえる。レジの人の対応や交通の便、付帯施設についての評価も高い。交通の便に関しては、国道56号ぞいで入構しやすく、駐車場の広いことが高い評価を得ており、付帯施設については、トイレが豪華で清潔感にあふれていること、シャーベット売場やソバ道場の食堂があり、そのシャーベットやソバが美味であることが高い評価を得ているようである。

このように見ると、クラフトの里の直売市には、食の安全について関心のある中高年の人が、休日に夫婦でドライブがてらに訪問することが多く、1人当たりかなりの量の買物をして帰る来訪者が多いといえる。鮮度の高い野菜や果実は冷蔵庫に入れておけば、1週間は保存できるというように、クラフトの里の直売市の生鮮食品は、来訪者には高く評価されている。

8. 農産物の直売と農業集落の変容

農産物の直売は中山町の農業集落をどのように変容させたのであろうか。ここでは農産物直売に最も熱心に取り組んでいる下長沢の集落について検討してみたい。

下長沢の集落は、役場のある中山町の中心市街地から中山川を遡ること3km、クラフトの里に隣接する集落である。集落の立地点は、中山川の形成する小規模

表9 中山町下長沢の農家数・栽培作物の推移

	1960年	1970年	1980年	1990年	2000年
戸数	21	20	22	22	15
農家数	16	16	16	16	13
専業農家	3	3	2	4	1
第1種兼農	12	12	10	7	3
第2種兼農	1	1	4	5	7
農家人口	116	92	77	60	52
耕地面積(ha)	109	334	277	221	157
田	48	40	33	28	25
畑	45	31	37	34	32
樹園地	16	263	207	156	104
主な栽培作物					
稲	48	39	29	25	9
麦・雑穀	65	27		23	
いも類	10	50		23	3
豆類	9		1	1	2
工芸作物	10	9			
野菜類	20	23	33	29	14
飼料作物	3				

注) 1960~2000年世界農業センサス集落カードによる。

2000年の農家の区分と主な栽培作物面積は販売農家に関するもののみ数値である。

な谷底平野にあり、川ぞいの氾濫原には水田が開け、段丘状の平坦面には畑が開け、山腹斜面にはクリ園がみられる。表9は下長沢の農家数と栽培作物の推移を示すが、集落の戸数と農家数は、1960年から1990年の間にはほとんど変動をみせていない。しかしながら1990年から2000年の間には戸数は7戸も減少し、農家数も減少傾向にある。耕地面積は1960年から1970年の間に山腹斜面にクリ園が開かれたことから、3倍余に増加したが、1970年から2000年の間には53%も減少した。田・畑の減少もみられるが、特にクリ園を主とする樹園地は60%も減少している。主な栽培作物は高度経済期に突入する以前の1960年には、氾濫原で水稻栽培を営み、畑では夏作にトウモロコシなどの雑穀と甘藷、冬作に裸麦を栽培し、商品作物としてはタバコの栽培がみられたが、1970年以降は麦・雑穀・甘藷などの自給作物は栽培面積を急激に減少させ、替わって野菜栽培面積が増加してきた。

表10は下長沢の農家別の耕地面積と家族員の就業状況、それに主な栽培作物等を示しているが、農家は大きく2極分解していることがわかる。それは一方に、農家番号①～⑤のふるさと市（婦人が加入）としあわせ市（男性が加入）の両組織に加盟し、野菜・クリな

どの栽培に熱心に取り組み、農産物直売所に多くの野菜・果実を出荷し、農産加工場で、きねつき餅・まきずし・かしわ餅・おはぎなどの加工食品を農産物直売所に盛んに出荷する農家がある。これに対して農家番号⑨以下の農外就業に重きをおく農家があることに、よく示されているといえる。農家番号①～⑤の農家は農産物直売所への売上げ高が、300万円から500万円あり、さらにグループで生産・販売する加工食品の販売代金も含めると、農産物の直売と加工食品の販売のみで十分に生計が維持できるといえよう。

それでは下長沢の土地利用状況とどのようになっているのであろうか。図5は1997年8月下旬の下長沢の一部地区の土地利用状況を示すものである。まず目につくのは、集約的な土地利用がみられる反面、休閑地や荒地も目立ち、土地利用状況自体も2極分解していることである。図5にはその土地所有者の農家番号を記しているの、土地の利用状況と土地の所有状況との関係がきわめて密接に関連していることがよくわかる。すなわち①～⑧の農産物直売に関係している農家の土地利用はきわめて集約的であるのに対して、⑨以下の農外就業に重きをおいている農家の土地は休閑地や荒地が目立つということである。

表10 中山町下長沢の農家別の土地所有状況と就業状況（1997年）

農家番号	地所有面積（アール）				家族員の就業状況（数字は年齢）	主な農産物	農産物直売市の会員
	田	畑	果樹園	計			
1	32	20	354	406	男67(農業), 女63(農業), 女40(松山市・銀行), 男84(無職)	野菜・栗・稲	ふるさと市・しあわせ市
2	26	41	230	297	男66(農業), 女63(農業)	野菜・栗・稲・シイタケ	ふるさと市・しあわせ市
3	29	30	147	206	男67(農業), 女63(農業), 男48(松山・会社員), 女42(家事・農業手伝), 女16(高校生), 男14(中学生)	野菜・栗・シイタケ・稲	ふるさと市・しあわせ市
4	25	26	145	196	男60(農畜産業), 女57(農畜産業)	養豚・野菜・栗	ふるさと市・しあわせ市
5	14	69	86	169	男58(農業), 女57(農業)	野菜・稲・栗	ふるさと市・しあわせ市
6	19	47	123	189	男67(農業), 女62(農業)	野菜・稲	しあわせ市
7	11	20	100	131	男66(松山・建設業), 女63(農業)	野菜・栗	しあわせ市
8	11	38	60	109	女59(農業), 男33(松山・会社員), 男79(農業)	野菜・栗・シイタケ	しあわせ市
9	53	37	412	502	男55(松前・タクシー会社), 女43(農協), 男83(無職)	稲・野菜	
10	11	21	203	235	男46(町内・建設会社), 男18(松前・ガソリンスタンド), 男78(農業)	野菜・栗・稲	
11	20	12	63	95	男49(大工), 女47(町内・電子工場), 男20(大洲・建設会社), 女16(高校生), 女79(無職)	自家野菜・農地貸与	
12	17	5	32	54	男43(町内・建設会社), 女43(町内・電子工業), 女19(役場), 男17(高校生)	栗・稲・野菜	
13	0	10	37	47	男40(食堂経営), 男72(食堂手伝), 女71(食堂手伝)		
14	22	16	7	45	男46(農協), 女44(農業), 男21(松山・会社員), 女20(松山・会社員), 女77(ガソリンスタンドのパート)	稲・野菜	
15	0	15	25	40	女64(農協加工場), 女94(無職)		
16	8	1	9	18	女64(年金生活)		

注) 農家番号1～16は図5の番号と一致する。土地所有面積・家族員の年齢は1994年の農家台帳による。その他の資料は聞き取り資料によって1997年現在の状況を示す。



図5 中山町下長沢の土地利用図(1997年8月30日)

注) 実地調査によって作成

①～⑰は住民の住居並びに各農家の所有地を示す。番号は表10の農家番号と一致する。

また表10を通じていえることは、農業従事者の高齢化が著しいことである。①～⑤の農家は夫婦で農業に専念しているが、その平均年齢は男子64歳、女子61歳となっている有様である。

9. 農産物直売事業と地域社会への波及効果

中山町における農産物直売事業は地域社会にどのような効果をもたらしたのであろうか。それは次の3点から述べることができる。

その第1点は、特産品センターやクラフトの里、さらには遊栗館などの開設によって、そこに勤務する従業員の需要を生み、一定の雇用効果をもたらした。

1996年当時これら3施設には次のような従業員がいた。特産品センターにはセンター長を含めて4人の職員(男子1、女子3)とパート職員4人(男子1、女子3)が勤務していた。クラフトの里には常勤の専務を含めて11人の職員(男子4、女子7)とパート職員10人(女子)が勤務していた。また遊栗館は民間会社の酒館が経営主体となっているので、支配人と厨房の調理師2人の男子職員と9人のパート職員(女子)が勤務していた。3施設はいずれも第三セクターで、経営の安定を主眼としていたので、特産品センターのセンター長、クラフトの里の専務とともに、民間会社で勤務していたUターン者が就任し、遊栗館の支配人は松山の酒館より社員が派遣されていた。3施設の職員は遊

栗館の2人の男子職員を除いて、いずれも中山町在住の住民であり、他の事業所からの転職や農家出身者が多い。またパート職員はいずれも中山町在住者で、農家の主婦等が主体を占めている。年齢は20歳代から60歳代まで多様な年齢階層からなるが、これら3施設の開設は中山町に一定の雇用効果をもたらしたといえる。

第2点は農産物や加工食品の直売を通じて、中山町の農林業振興をもたらし、それにたずさわった農家の所得の増加に寄与したことである。中山町における2001年現在の農産物直売所における農家の野菜・果実それに加工食品の売上げ高は、クラフトの里で6300万円程度、特産品センターで1億1300万円程度と推定できる。クラフトの里では農家自体の運営するしあわせ市が4800万円、常設市が1500万円（うち1400万円がしあわせ市会員と同グループの売上げ）と推定され、いずれもクラフトの里の施設内での直売である。これに対して特産品センターの1億1300万円の売上げのうち、センターの店舗で1100万円、農家自体の運営するふるさと市で1600万円、センターで常設される毎日市で800万円（ふるさと市会員有志の運営）、JR松山駅で2600万円、スーパーABCで4100万円、町外の各種イベントで1100万円程度と推定されている。このうちふるさと市会員とそのグループの売上げは全体の55%程度を占めていると考えられる。

それでは各農家の農産物とその加工食品の売上げ高はどのようになっているのであろうか。表11はふるさと市会員60農家と、しあわせ市会員96農家の売上げ高の階級構成を示したものである。これによると、売上げ高が400万円以上に達する農家がある反面、売上げ

表11 中山町特産品センターとクラフトの里の
農産物直売農家の売上げ高別農家数の構成
(2001年)

	ふるさと市会員		しあわせ市会員	
	会員数	比率(%)	会員数	比率(%)
400万円以上	2	3.3	1	1.0
300~400万円	4	6.6	0	
200~300	4	6.6	3	3.1
100~200	6	9.8	11	11.5
50~100	8	13.1	19	19.8
25~ 50	10	16.4	21	21.9
10~ 25	9	14.8	16	16.7
5~ 10	5	8.0	8	8.3
1~ 5	4	6.6	6	6.3
1万円未満	3	4.9	5	5.2
0	6	9.8	6	6.3
計	60	100	96	100

注) 中山町特産品センター、同クラフトの里資料より作成

高皆無や5万円以下の農家も多く、売上げ高に階層差が大きいことがわかる。このような差異は農産物・加工食品の販売に対する農家の取り組みに大きな差異があることによると推察される。売上げ高の多い農家は、農産物・加工食品の販売だけでも一家の生計を支えることができ、先述の下長沢の集落住民のように農産物・加工食品の販売を専門化している農家も存在する。ちなみに100万円以上の売上げを誇る農家は、ふるさと市会員では16人（26.3%）を数えるのに対し、しあわせ市会員では15人（15.6%）であり、全般的にはふるさと市会員の方が売上高の多い農家が多いことが判明する。農産物直売の立地条件の悪い特産品センターの会員に、売上げ高の多い農家の比率が高いのは、特産品センターがその立地条件の悪さから、センター内での販売の伸び悩みの克服策として、松山市を中心とした町外出荷に積極的であったことによるものである。特産品センターに関係しているふれあい市の農家としては、施設内での販売のみでなく、連日町外に出荷できることは、それだけ売上げ高の増加につながったといえる。

第3点は、住民の社会的連帯感の強化と、農村婦人の農業に対する意欲の高揚をもたらしたことである。1986年に建設された中山町特産品センターは、町当局の独断で建設されたものではなく、住民合意の結果建設されたのである。建設に先だっては、新農業構造改善事業の取り組みについて、半年間にわたる住民との対話集会を町内の全集落を対象に行い、それをふまえて500人の町民参加のシンポジウムを開催し、そこでJRの開通を契機に中山町の特産品開発と販売拠点としての特産品センターの建設を決定したという。

クラフトの里は町北部の佐礼谷地区の住民が、同様の施設建設を強く要望したことによって実現したものである。特産品センターの開設に先だっては、農産物直売について、生活改善グループ、農協婦人部、商工会婦人部などが協議し、農産物の販売方法を考察し、数々の特産品の開発をしたという。このように施設の建設と運営は住民合意のもとに実現したので、農村婦人を主体とする各グループは、農産物直売に主体的に取り組むことができたのである。

農産物直売にかかわる婦人グループの連帯感の強化は、農産物直売の運営が各グループにまかされているので、その運営を通して強化され、さらに加工食品を協力して製造したり、そこでの利益を資金に研修旅行

を行うことによってさらに強化されたといえる。

農村婦人の農業に対する意欲の高揚は、いままでさしたる価値を持たないと見なされていた自家野菜の余剰品や山菜などが、都市の消費者に購入されて現金収入源になることを知ったこと、直売場での消費者との会話などを通じて醸成されたといえる。また売上金の支払いが自らの預金口座に払い込まれ、婦人自身が主体的に生きることができるようになったことも大きく作用しているという。

このように農村婦人の連帯感が強化され、農業に対する意欲の高揚は、山村振興に参加する住民を発掘することであり、中山町の山村振興に強く連動しているといえる。

10. 農産物直売と山村活性化への課題

野菜や果実などの生鮮食品の価格決定は、都市の工場生産される商品の価格決定とは大きく異なる。農家の購入する農機具や肥料・農薬などはその価格が上昇することはあっても、価格の低下することはほとんどみられない。しかるに農家の生産する生鮮食品は外国農産物の輸入激化もあり、価格の下落が絶え間なく、その価格が生産費を割り込むこともきわめて多い。それに価格決定の方式が、工業製品は工場において生産費を基準にして決定されるのに対して、農家には価格決定の主導権が全く失われていることに一因があるように思われる。

農産物の直売は、生産農家と消費者の間に、ほとんど流通業者が介在しないところから、中間の流通経費があまりかからず²⁹⁾、生産者が消費地の小売価格を参考に価格決定する点で、今までの価格決定方式を根

本的に変革したものといえる。このことは生産者が新鮮な野菜や果実や市場価格よりも安く、消費者に供給できる点で、生産者にも消費者にも、きわめて利点の大きい販売方式といえる。また今日、商社や農協による食品の偽装工作がしばしば摘発される折柄、消費者にとっては食の安全が保障される購入方式ともなっている。

中山町は松山市の近郊山村としての地の利を生かし、農産物直売では愛媛県の先進地の地位にある。その直売の方式も、町内の直売施設で販売するのみでなく、松山駅での直売や、松山市をはじめとしたイベント会場での直売、あるいは松山市のスーパーマーケットでの委託販売などが行なわれているが、これらも松山市という消費市場に近接していることが可能にしているといえる。中山町の農産物の直売が町の農産物販売額の何割を占めているかは、正確な数値をあげることは困難であるが、地元の識者によると、町内の農産物の出荷額約8億円の20%程度に相当すると推定されている。

このように中山町の農産物直売は、中山町の山村活性化に多大な貢献をしているといえるが、いくつかの問題点も指摘できる。その第1点は、農産物直売所と他の観光保養施設との連携が欠けている点である。土・日曜日に農産物直売所を訪れる顧客は、何も農産物直売所のみを目的に来訪するのではないことは、日吉村の事例でもよくわかることである³⁰⁾。しかるに中山町には、農産物直売所以外に訪問に値するところが欠落しているといえる。例えば観光農園はクリ園・ブドウ園・イチゴ園が幾つかみられるのみで、決して充実したものとはいえない。また観光貸農園も皆無といえる。耕作放棄農地も多数みられるので、町自体で観光農園を増設したり、貸農園を新設したり、それら農園への交通路を整備する方策は必要不可欠である。

第2点は農産物直売に対して、農協や森林組合の協力体制が充分とは言えない点である。農家はともすれば、収益性の大きい農産物直売所を指向しがちであるが、農協はクリの直売に対して農協のシェア確保のため、ともすればブレーキをかけようとしている。森林組合も生シタケの直売に好意的で

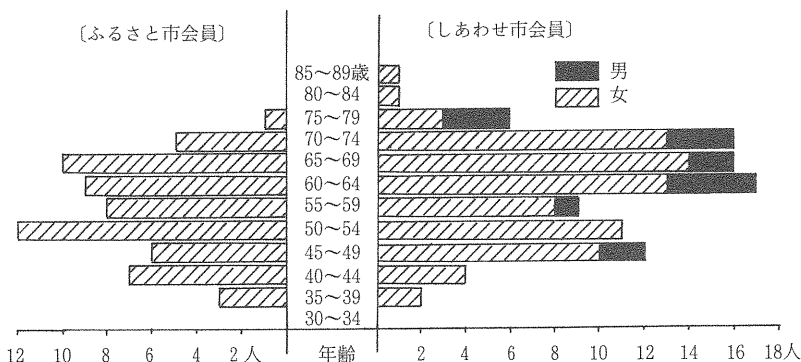


図6 中山町農産物直売組織加盟員の年齢構成 (2001年)

注) 平成13年会員名簿, 住民基本台帳より作成

はない。農協や森林組合は自己保身のみに走らず、農家の立場に立って、その販売収入の向上に協力すべきではないかと思われる。

第3点は、農産物直売所が2つもあり、整理統合の検討もなされていると聞かすが、筆者のみるかぎり、両施設は独自の分野を開拓し、共存共栄を図ろうとしている。特産品センターは立地条件の悪さから、施設内での売上げは低下しているが、松山市場に積極的に進出していることは評価すべきである。今後、地の利を生かして、さらに農産物の直売市場としての松山市場の開拓に力を注ぐべきではないか考えられる。

第4点は、農産物直売にたずさわっている会員の高齢化が急速に進展していることである。図6は農産物直売の中心となっている、ふるさと市としあわせ市の会員の年齢構成を示すものである。これによると45歳から74歳までの年齢層の会員が多いことがわかる。平均年齢をみると、ふるさと市の平均年齢は56歳、しあわせ市の平均年齢は61歳となり、その高齢化は年とともに進行している。若年層の会員勧誘は農産物直売体制の維持発展には不可欠といえよう。

〔謝辞〕 このたび愛媛大学を停年退官された深石一夫先生には、20余年にわたって御指導・御鞭撻をいただきました。この小論は先生の第2の学究生活への門出の餞として献呈させていただきます。

また本論を草するに当っては、中山町の故亀井正哲町長、花岡正文産業振興課長、特産品センターの西岡幹記センター長、クラフトの里の石河泓元専務、同亀元義則専務には関係資料の収集等で御支援・御協力をいただいた。さらに下長沢の井上貞夫・マサ子御夫妻をはじめ、多数の農家の方々に、聞き取り調査ではお世話になりました。ここに深甚の謝意を表します。

注および文献

- 1) 梅木利巳 (1988) : 「多様化する農産物市場 (食糧・農業問題全集13)」, 農山漁村文化協会, P.247
- 2) 森 祐二 (1992) : 「リポート青果物の市場外流通」, 家の光協会, P.295
- 3) 檜原正澄 (1993) : 「都市の成長と農産物流通」, ミネルヴァ書房, P.216
- 4) 農林水産部統計情報部 (1998) : 「地元農林水産物を活用した加工・販売事業による地域活性化への取組事例」, 農林統計協会, P.157
- 5) 農林水産省中国四国農政局 (1998) : 「みどりの停車場—農産物直売施設を基点とした都市・農村交流推進のために—」, P.135
- 6) 前掲5) P.7
- 7) 農林水産省構造改善局 (2000) : 「九州・四国における多様な交流連携を踏まえた地域整備計画調査」, P.294

- 8) 「図説農業白書—平成8年版— (1997)」, 農林統計協会, PP.280~283
- 9) 岡部 守 (1993) : 「農産物直売センターの意義と機能」, 農村生活研究37-3, PP.15~20
- 10) 日暮晃一・安村碩之 (1992) : 「都市近郊地域における朝市発展の主体特性」, 農村生活研究36-3, PP.3~8
- 11) 日暮晃一・安村碩之 (1993) : 「消費者行動からみた「朝市」における農産物市場のセグメンテーション—神奈川県伊勢原農業改良普及所管内における朝市の事例分析—」, 農村生活研究37-3, PP.21~27
- 12) 櫻井清市 (1995) : 「農産物直売所の組織再編過程と新たな課題」, 農村生活研究39-3, PP.13~20
- 13) 鷹取泰子 (1995) : 「埼玉県における協同経営農産物直売所の立地展開とその地域性格」, 埼玉地理19, PP.1~12
- 14) 岡橋秀典 (1997) : 「わが国農村における農産物直売所の展開とその存立形態」, 地域地理研究2, PP.44~55
- 15) 小野次也 (1999) : 「大分市における農産物無人直売所の立地と存在形態」, 大分地理12, PP.21~32
- 16) 菊地俊夫 (1997) : 「関東地方における都市—農村交流の存在形態—グリーンツーリズムの諸類型とその存在意義」, えりあくま4, PP.1~13
- 17) 篠原重則 (1996) : 「愛媛県久万町の観光開発と山村振興」, 香川大学教育学部研究報告第I部96, PP.23~58
- 18) 篠原重則 (1996) : 「観光客の増加と山村振興の課題—高知県西土佐村の事例—」, 香川大学教育学部研究報告第I部96, PP.59~103
- 19) 篠原重則 (1997) : 「香川県塩江町の観光開発と山村振興の課題」, 香川大学教育学部研究報告第I部99, PP.15~52
- 20) 篠原重則 (2000) : 「観光開発と山村振興の課題」, 古今書院, P.222
- 21) 篠原重則 (1999) : 「農産物の直売と山村の活性化—愛媛県日吉村の事例—」, 香川大学教育学部研究報告第I部107, PP.1~23
- 22) 篠原重則 (2000) : 「農産物直売と山村振興—愛媛県日吉村—」, 地理45-3, PP.46~50
- 23) 佐々木裕子 (1996) : 「都市との交流と地域活性化—愛媛県中山町を事例として—」, 未定稿
- 24) 篠原重則 (1997) : 「愛媛県の山村」, 愛媛文化双書刊行会, PP.203~212
- 25) いよぎん地域経済研究センター (1996) : 「地域と売り込む特産品センターの現状と課題」, I R C 96.9, PP.2~20
- 26) 愛媛県農林水産部技術指導課 (1998) : 「おでかけガイドブック」, P.37
- 27) 前掲17)・前掲21)
- 28) タケノコなど特に鮮度の重視されるものは早朝に収穫される。
- 29) 2001年秋から2002年冬にかけての農協等の系統出荷の農家の手取り額と農産物直売所の価格差は以下のごとくである。クリ (1kg) —農協150円・直売所500円, 伊予柑 (1kg) —農協40円・直売所150円, 安値時のホーレンソウ (1束) —農協10円以下・直売所50円~60円, なおクリとホーレンソウは中山町の事例, 伊予柑は松山市荏原地区の事例である。
- 30) 前掲21)