



Title	青果物市場の展開と産地商人資本：りんご移出商の発展過程
Author(s)	三国, 英実; MIKUNI, Hidemi
Citation	北海道大学農経論叢, 24, 85-116
Issue Date	1968-02
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/10850
Type	departmental bulletin paper
File Information	24_p85-116.pdf



青果物市場の展開と産地商人資本

—— りんご移出商の発展過程 ——

三 国 英 実

目 次

I 問題の所在と課題の設定	85
II りんご移出商の成立過程	86
1. りんご移出商の成立条件	86
2. りんご移出商の性格と機能	90
III りんご移出商の展開過程	93
1. 問屋形態とりんご移出商	93
2. 中央卸売市場の成立とりんご移出商	99
IV りんご移出商の再編過程	103
1. 青果物市場の再編とりんご移出商	103
2. りんご移出商の存立条件	107
3. りんご移出商の性格と機能	110
V 結 語	116

I. 問題の所在と課題の設定

資本主義の発展は商業的農業と青果物市場の展開をもたらすが、これらの発展過程に対応する青果物取扱商業資本の性格と機能を明らかにすることが、これまで追求してきた研究課題である。本論での問題は、青果物取扱商業資本の中でも、産地段階において農業生産者と直接に結びつく産地商人資本が青果物市場の展開と商業的農業の発展に如何なる対応を示すかということである。そのばあい、問題をさらに限定して、第1に、日本資本主義の発展と対応して半封建的地主制のもとで成立する農民の小商品生産と結びつく産地商人資本は如何なる性格と機能をもつか、第2に、半封建的地主制が解体したあとで、新たな展開を示す農民の小商品生産と結びつく産地商人資本が、高度に発達した資本主義のもとで如何なる性格と機能をもつか、これら二つの課題をとりあげた。

これらの課題を明らかにするために、研究対象として、青森県におけるりんご移出商をとりあげた。その根拠は、第1に、りんごは日本の果実市場の中で主要な地位にあり、また、そのりんご生産において青森県が支配的な地位にあること、第2に、青森県におけるりんご生産が明治末期以降農民的小商品生産として現在まで発展しつづけていること、第3に、青森県におけるりんご移出商が現在なおりんご移出機能において、中心的な役割を果していることによるものである。これらの特徴は、本論での研究課題を追求する上で、われわれに有利な材料を提供するものと考えられる。

II. りんご移出商の成立過程

1. りんご移出商の成立条件

青森県にりんご移出商が明確な形で成立したのは日露戦争を契機とする明治末期といわれている¹⁾。すなわち、この時期は日本資本主義が産業資本を確立する時期にあたり、また、農村では半封建的寄生地主制の確立する時期である。この時期にりんご移出商が成立した条件についてあらかじめ検討しよう。

りんご移出商の成立条件は第1に、りんごの商品化とりんご市場の一定の発展を前提としている。一般に資本主義の発展は、農業からの工業の分離、さらには農業内部での分業をともなうが、この過程は農産物の商品化の進展、農産物市場の拡大の過程でもある。この農産物市場の拡大は、一定の段階で、農産物の生産と販売の過程の分離をもたらし、生産者と商人との間の社会的分業も促進する。

青森県におけるりんごの商品化については、幕末から明治初年にかけての在来種である「林檎」の商品化にはじまり、明治に入ってから欧米から導入され、土族屋敷に栽培された「苹果」の商品化、さらに明治中期以降になると、はじめからりんごの商品化を目的とした地主手作経営の成立がみられ、りんごの商品化はいっそう進展した。

りんごの商品化のこうした進展は、商品化されるりんご量の増大と、りんご市場の県内消費から県外移出への拡大をもたらした。例えば、幕末にはりんご市場の端初的な形態として、「自家用の林檎を2、3本植えていてウラボシの寺門前の市にもち出して売っていた」²⁾のが、明治に入ってから土族の

三国：青果物市場の展開と産地商人資本

苹果が人気を呼び急激な増殖がみられ、青森の商人へ仲買人が売りつないだり、岩手の商人が庭先集荷に入ってくるようになり、しだいにりんご市場が拡大され、明治中期以降になると地主手作経営が、東京に直売所をもうけて販売の拡張を試み、さらに明治30年代には海外市場にまで販路を求めていった³⁾。

第1表 明治末期におけるりんご生産の増大

年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当 単価 (円)	年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当 単価 (円)
明治27	690.6	23,867	1.69	明治36	1,209.2	172,200	1.01
28	925.3	31,870	1.33	37	1,241.2	183,564	0.96
29	952.3	38,164	1.29	38	1,508.1	338,832	0.85
30	1,262.0	34,887	1.39	39	1,592.1	355,017	1.15
31	1,024.4	72,647	1.12	40	1,869.6	422,714	1.61
32	1,147.5	77,442	1.15	41	2,757.6	351,832	1.43
33	1,228.4	57,449	1.41	42	3,292.8	446,321	1.36
34	1,251.6	144,928	0.99	43	3,779.6	1,312,140	0.96
35	1,096.0	162,080	1.03	44	4,291.5	818,343	1.23

注1) 『青林県統計書』による。

2) 『日本農業発達史』第5巻、532ページ～533ページ。

りんごの生産量は、第1表に示すように明治33年までは10万箱未満であったのが、34年には10万箱を越え、38年には30万箱を越え、さらに43年には100万箱以上にまで増大していった。りんご生産量の増大はりんごの商品化量の増大をもたらすが、りんごの商品化量の拡大は、りんごの商品化の組織にも変化を与えずにはおかない。すなわち、商品化されるりんごの量が一定規模に達したことにより、一方では、りんごの商品化過程における商人資本の進出を可能にし、他方では、りんご生産者のりんごの生産時間と販売時間の統一を困難にし、ここにりんごの移出過程における生産者と商人の分離がはじまる⁴⁾。

青森県にりんご移出商が成立する基本的な条件として、第2に指摘しなければならないのは、農民的りんご生産の成立と展開である。一般に日本のばあい、明治中期に成立したマニユファクチュアの農業経営はその資本主義

経営としての確立をみることなく、日清戦争から日露戦争にかけての産業資本主義の確立過程において、後退せざるを得なかった。明治中期から末期にかけて、青森県に成立したりんごの地主手作経営のばあいも、一般的な傾向よりは遅れるが、粗放的技術にもとづく明治末期の病中害の大発生、大正初期のモリニア病の蔓延化を契機として、後退しはじめ、第1次大戦後の反動恐慌期までには、経営縮小、成園小作、耕作放棄、売却等の形をとって完全に後退していったのである⁵⁾。

これに対して、半封建的地主制のもとで、資本主義の発展にともない次第に貨幣経済にまきこまれていった零細農民は、はじめは換金作物として、ばれいしょ生産で対応したが、明治末期の部落有地の分割という畑地の外延的拡大の条件に支えられ、また、明治末の袋掛法の採用、樹幹洗滌にはじまる労働集約的技術を基礎に農家副業的なりんご生産をはじめ、これが明治末にはりんご生産で大きな比重を占めるようになった。農民的りんご生産はその後、労働集約的技術の体系化を基礎に、大正から昭和初期にかけて、その地位を確立していったのである⁶⁾。

ここで、農家副業的りんご生産は、農村への資本主義の侵入に対する農家経済の対応、適合の形態であり、日本のばあい、半封建制に加えて、資本制的搾取の二重の収奪に基因する窮乏を補うものとして、その構造的な意義がある。すなわち、地主の側においては、地代、高利、戸掛りの徴収を確保し、農民の破滅を防止するという意味をもち、自己の存立の基盤たる地主的土地所有存続の根本条件であったのであり、資本家の側においては、家族労働の分割において低賃金を規制し、商業資本蟠踞の地盤をなし、過剰人口のプールたらしめる点において失業者の抵抗を鎮静し、全体として超過利潤確保の条件をなしたのである。りんご移出商が成立し、確立していく過程は、こうした農家副業的零細りんご生産の展開を基礎としている。すなわち、商品生産者としての条件がないままに商品生産を行なっている農民が、生産したりんごを市場において商品として、その使用価値を完成し、その価値を実現するには、りんご移出商の諸機能に依存せざるを得なかったのである。

第3に、りんご移出商が産地商人資本として自立しうするためには、一定の貨幣の蓄積を必要とした。これは、りんご移出商の発生過程をみることにより明らかとなる。りんご移出商が具体的に発生する経過は多様な形態をと

るが、基本的には二つの過程がみられた。すなわち、一方では既存の商人資本が、りんご移出商に転化する過程であり、他方ではりんご生産者が移出商に転化する過程であった。第1の過程は、例えば、明治末には荒物雑貨商、青果物商、呉服太物商などであったものがりんご移出を兼業し、やがて移出専業となったばあい、これは弘前、黒石、青森等の市街地に多いといわれ、さらには津軽平野の米作地に古来高利貸資本ないしは米穀、肥料商人として存在していたものがりんご移出商に進出して来た例に示されている。第2の生産者の商人化の過程は、明治末に小農にして才覚に恵まれたものが他資本に依存して移出をはじめたもの、さらには、かって自らもりんご生産に従事していた豪農層が不耕作地主化にともなったりんご移出商として進出したばあいなどである⁷⁾。いずれにせよ、りんご移出商の前身あるいは兼業種類からみると、それらは社会経済的に比較的安定した地位にあり、一定の貨幣蓄積を前提にしていたものとみられる。りんご移出商の成立は以上のように、りんごの商品化とりんご市場の拡大を前提とし、農民的りんご生産の展開を基礎とし、さらに商人資本として自立しうるための貨幣蓄積を条件として具体化した、次にその性格について検討しよう。

- 1) 青森県「明治・大正りんご販売史」『青森県りんご発達史』第5巻, 昭和40年, 42ページ。
- 2) 前掲「明治・大正りんご販売史」1ページ。
- 3) 農業総合研究所, 『青森県農業の発展過程』(研究叢書, 第37号), 昭和29年, 281ページ。
- 4) このことについては例えば次のように示されている。「日清戦争後の生産量が10万箱に満たない時期には、自園の生産物を売り切る必要から大栽培者が県外移出の先鞭をつけ、販路の開拓にも努めなければならなかった。しかし、栽培者が試植土族を中心にしたグループから多くの豪農、地主層に広がり、生産量も20万箱未満まで増加するにつれて、本来の商人がりんごに着目することになった。又、生産者にして移出商を兼ねたものが害虫の蔓延で防除に専念することが余儀なくされて、これが専門的移出業者の発生を促すことにもなった。30年代には弘前地方では移出業者が20余人を数えるまでにいたったのである。」(前掲「明治・大正りんご販売史」43ページ。
- 5) 農業発達史調査会編『日本農業発達史』第5巻, 昭和30年, 486ページ～502ページ。
- 6) この過程については、川村琢, 拙稿「りんご主産地の展開過程」(北海道大学農学部『農経論叢』第20集, 111ページ～135ページ) 参照。
- 7) 前掲「明治・大正りんご販売史」43ページ、および、前掲『青森県農業の発展過程』, 281ページ。

2. りんご移出商の性格と機能

すでに指摘したように、青森県にりんご移出商が成立する過程は明治末以降であるが、この時期の青果物の取引形態で支配的なのは問屋形態であった。日本資本主義が確立する過程で成立するこの問屋形態は封建制度のもとで成立する問屋制度とは異なり、封建的な規制からは解放されて、より自由な形で活動できる条件が与えられていた¹⁾。しかし、生産の側での半封建的な地主制のもとで副業的な形で成立する小商品生産と、消費の側での零細な兼業的家族の小売商の広汎な存在は、青果物の取引に、なお前期的な性格を残さざるを得なかった。

問屋形態での青果物の取引は、産地問屋が個々の生産者より青果物を直接あるいは仲買人を通して買集め、集荷した青果物を商品として販売しうる数量に選別、荷造して、都市の消費地問屋に出荷し、消費地問屋は大量の荷物を分けて仲買人に売り、仲買人はこれをさらに小口に分けて小売商に売渡し、小売商は更にその店舗において売り易く分割し、消費者の需要に応じて売りさばくというように最終的に価値が実現されるまでかなり複雑な過程をたどっていた。

また、問屋形態での取引方法をみると、産地問屋は市場方面の知識の暗いのに乗じて市況は勿論、品質、数量等をごまかして不当に買倒したり、消費地問屋が産地問屋に仕切を適宜に作成して莫大な利益を収めたり、消費地問屋と仲買人間、仲間人と小売商間の取引は符牒、袖下、耳遣等の相対売買が行なわれるなど、実際の取引価格は当時者以外には分らない状態であった²⁾。

青森県にりんご移出商が成立し、りんごの移出機能がはじまる時期には、すでにこうした問屋形態が青果物の取引形態として大勢を占めていた。そこでまず、消費地問屋の性格をみておこう。

消費地問屋とりんご移出商との取引は委託売買がほとんどで、買付売買は部分的に行なわれていた。消費地問屋は委託したりんごを仲買人に販売するが、このばあいの取引はほとんどが、相対取引でせり売りは稀に行なうにすぎなかった³⁾。消費地問屋は売上代金から約一割⁴⁾の口銭を差引いてりんご移出商に仕切を行なった。ここで、問題となるのは、委託売買が行なわれているということから、消費地問屋は委託売買資本として性格づけることができるかということである。この点については、問屋形態での消費地問屋は

第一に仲買人との相対取引の過程において、第二に産地問屋への仕切りの過程において独自の操作をなしうることに、従って、青果物価格の設定と実現の過程において支配的な機能をもちうることから、中央卸売市場における卸売人とはその性格を異にするものである。消費地問屋が青果物の委託売買という形式をとったのは、青果物という腐敗性が大きく、しかも規格化が遅れていて、現物取引を必要とする商品の売買から生ずる莫大な危険負担をさけるためとみるべきであろう。問屋形態における消費地問屋は従って、現象的には委託売買という形式はとつても、なお商品買取資本としての性格を強くもっているものとして把握される。消費地問屋が仲買人に相対取引で販売するりんごの価格に如何にその問屋の性格が反映するかは、例えば「手売り(相対取引のこと)の値は……、その問屋の地盤の善悪、広狭、策動の当否、平素の信望の軽重、品質鑑別能力の如何、荷主に対する誠意の深淺、問屋業者その人の全資格、全人格の一々が影響し総合し、そこに始めて生れる…⁵⁾」ということに示されている。

問屋形態のもとでのりんご移出商の基本的性格も以上の消費地問屋の性格と共通するものであった。農民的りんご生産の性格は、すでに指摘したように、商業的農業として専門化したものではない。半封建的地主制のもとでの農家副業的なりんごの商品生産化は、基幹的米作部門における商品化率の低位性によるものであるとともに、米作部門における現物小作料と自給生産を維持し、存続せしめる作用をも伴っていたものと理解することができる。農家副業としてのりんご生産は単に使用価値としてではなく、交換価値の取得をめざして生産されていたことは明らかであるが、副業的である限りにおいて、その生産単位の極零細性と、りんごが商品として使用価値の側面でも、従ってまた価値の側面でもいまだ未熟の段階にあったといえよう。例えば、明治44年における広狭別りんご園数をみると、総園数10,269のうち、1反未満が1,539で15.0%、1反~5反が5,453で53.1%、5反~10反が2,060で20.2%、すなわち10反未満で、88.3%を占めていた⁶⁾。従って、ほとんどの生産者が100箱未満という零細生産であるだけでなく、個々の生産者の園地の土地条件、気候条件のちがいに加えて、個々の生産者の技術もまちまちなため、生産されたりんごの質も生産者によってきわめて多種多様であった。

農民は、このように質的に多様なしかも零細なりんごの消費地への販売

をもっぱらりんご移出商に依存したし、またそうせざるをえなかった。りんご移出商は農民からのりんごの集荷過程において支配的な地位にあった。りんご移出商は農民の生産したりんごを全部買うわけではないし、購買するりんごの価格も一方的に決められるばあいが多かった。例えばくず実といわれるこまかいりんごやきずのついたりんごは販売出来ず、これらのくず実を除いたりんごはまとめていくらとして購買された。りんご移出商は、さらに生産資材や資金の貸付により生産過程にも関与した。資材は、例えば肥料、農薬、箱、袋などである。これらの資材や資金の貸付がなされたばあい、農民の生産するりんごは秋の相場で買取られ、貸付金と相殺された。貸付された資材、資金に対して、さらに利子もとられる場合があった。

りんご移出商はこのように半封建的地主制のもとでの副業的なりんご生産を前提として、自立的な商人資本としての性格が与えられたのである。りんご移出商とこうした零細なりんご生産者とのりんごの取引は買取り方式が支配的であった。りんご移出商は、特定の地域の特定の生産者をりんごの集荷地盤としてだけでなく、消費地の問屋とも特定の関係にあった。こうした関係は移出商の取扱いりんごの量的制限をもたらししていた。りんご移出商はこうした関係の中で、その利潤を獲得し増大するには、如何にりんごを安く買って高く売るか、すなわち、譲渡利得を最大にすることにあった。そのための手段はのちにくわしく検討するが、生産者からのりんごの買集めの操作、また買集めたりんごの選別、規格、荷造りの操作、さらに荷造したりんごを如何に時期的に地域的なりんごの価格差を利用して出荷するかその手腕にあり、これらの操作が移出商の利潤の大小に大きく影響した。

りんご市場がかなり発展をみせていたとはいえ、なお、輸送、通信技術は遅れており、また貯蔵技術も遅れた段階にあっては、りんごの時期的価格差や地域的価格差は大きかった。出来秋に安く買集めて高い時期や地域に促応して販売するなど、移出商は販売過程における操作でも自立的な機能を果たした。また買取方式にともなう危険負担をできるだけ生産者に転化するために、りんご移出商の生産者への代金支払は、消費地問屋へ出荷したりんごの仕切が来るまで先にのぼした。例えば、出来秋に農民から購買したりんご代金は旧正月頃(1月中旬～下旬)になってはじめて支払われるのが普通であった。消費地での相場や、自分の利益を判断して生産者へのりんご代金の支払

をすることによっても生産者にしわよせができた。

りんご移出商は産地問屋として、ある段階までは農民的りんご生産の展開、青果物市場の拡大と対応して進展する。しかし、資本主義が独占資本主義へと転化し、青果物市場の制度化と商人資本排除の動きが強まる過程において、その性格と機能も変らざるをえない。次に、青果物の取引形態が問屋形態から卸売市場形態へ移行する過程でのりんご移出商の対応について検討しよう。

- 1) 問屋形態の性格については、拙稿「中央卸売市場と商業資本に関する試論」(北海道大学農学部『農経論叢』第23集, 1967年, 81ページ~84ページ)参照。
- 2) 日本農業研究会編『日本農業年報』第6輯, 昭和10年, 107ページ, 参照。
- 3) 東京都『東京都中央卸売市場史』上巻, 昭和33年, 276ページ。
- 4) 例えば、東京の「神田青果物市場問屋組合規約」第9条には「当組合問屋委託販売ノ手数料ハ売捌金高ノ百分ノ十トス。但シ慣習上百分ノ十以上ノモノハ其慣習に従フ。」とある。
- 5) 前掲「明治・大正りんご販売史」111ページ。

III. りんご移出商の展開過程

1. 問屋形態とりんご移出商

りんご移出商が成立する時期には、すでに日本の青果物市場はかなりの展開をみせ、その取引形態として問屋形態が支配的であった。青果物取引において、集収、仲継、分散の各段階の機能分化がなされており、りんご移出商はこうした体系の中で、集収段階での機能を果すものとして、組みこまれていった。

日露戦争から第1次世界大戦へと日本資本主義が、急速に産業資本主義の確立から独占資本主義へと転化していく過程で、青果物市場もいっそう拡大し、りんご生産も農民経営の地位が支配的となり、園地の拡大がいっそう進展した。さらに農民的りんご生産は、大正中期から昭和恐慌にかけて、これまでの袋掛法に加えて、樹幹洗滌に代る人力噴霧器の普及、局部的輪肥から全園施肥、無機質肥料の投入など、労働集約的技術の体系化を基礎に、半封建的地主制のもとで、生産力の一定の高まりをみせた。いま、これらの過程におけるりんご生産の動向を示したのが第2表である。ここから、明治末から大正中期にかけて外延的に拡大したりんご生産が、大正中期から昭和恐

慌期には結実期に達したことと労働集約的技術の体系化をもとに土地生産性を高めている傾向がよみとれる。

第2表 明治末から昭和恐慌までのりんご生産の推移

年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当 単価 (円)	年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当 単価 (円)
明治40	1,869.6	422,714	1.61	大正11	8,468.0	2,528,541	1.64
44	4,291.5	818,343	1.23	12	7,157.0	1,062,083	3.14
大正元	4,456.7	691,827	1.32	13	7,591.0	1,317,083	2.75
2	4,745.0	911,158	0.92	14	7,219.0	2,143,020	2.13
3	5,189.0	792,611	0.98	昭和元	6,483.0	3,873,750	1.02
4	5,617.0	636,644	1.05	2	6,414.0	4,304,980	0.97
5	6,134.0	929,958	1.06	3	6,444.0	4,160,259	1.32
6	7,352.0	1,006,461	1.47	4	7,275.0	4,784,884	1.03
7	8,029.0	597,830	3.53	5	7,477.0	4,874,695	0.83
8	8,125.0	471,008	2.98	6	7,526.0	4,197,959	0.75
9	7,941.0	900,625	2.51	7	7,871.0	5,444,620	0.77
10	7,722.0	391,875	3.24	8	11,379.0	3,338,131	1.54

注 資料同前。

りんご移出商の成立は、零細な農家副業的りんご生産を前提とし、その限りにおいてはおくれた生産様式を条件とするものではあるが、りんご移出商の諸機能の発揮は逆にまたりんご生産者をますます貨幣経済にまきこんで行き、交換価値を目的とするりんご生産をいっそう強化せずにはおかない。農民的りんご生産は労働集約的技術の体系化による小経営的生産力の展開を基礎に、半封建的地主制のもとで米作部門に対して依然として副次的部門として側面的な発展ではあるが、一定の経営的上向を示したのである。第3表に示すように、明治末から昭和10年にかけて、5反未満のりんご経営は絶対的には増大しているが相対的には減少しており、これに対して、5反~2町層は絶対的にも相対的にも増大している。すなわち、零細なりんご経営がこの期間に量的に拡大しただけでなく、しだいに大規模化の方向をとってきたことがうかがわれる。しかし、これは半封建的地主制のもとで、資本主義経済の中にまきこまれた農民的小商品生産の可能なかぎりの経営的上向にすぎ

第3表 りんご経営規模別戸数の推移

階層別	年次別	明治44年		昭和10年	
		経営戸数	百分比	経営戸数	百分比
1	反未満	1,539	15.6	2,652	11.5
1	反～5反	5,052	51.2	11,037	48.2
5	反～1町	2,060	20.9	5,885	25.7
1	町～2町	1,081	11.0	2,761	12.1
2	町～5町	83	0.8	544	2.4
5	町以上	53	0.5	27	0.1
	計	9,868	100.0	22,906	100.0

注1) 明治44年は「日本農業発達史」第5巻488ページ。

2) 昭和11年は「青林県りんご史資料」第19集。

なかった。りんご移出商は、日本資本主義の発展にとまなう青果物市場の量的、地域的、時間的拡大傾向の中で、こうした農民の小商品生産の発展と対応しながら、その諸機能を強めていった。

問屋形態のもとで、りんご移出商は、個別零細りんご生産者からりんごを集荷し、それを選別荷造りして、消費地問屋に出荷するという機能をもっていたが、これらの諸機能のうちには同時にりんご移出商が譲渡利潤を生み出す過程が含まれていた。りんごを消費地問屋に商品として出荷するためには、まず、量的に一定の規模にまとまる必要があった。しかし、りんごの個々の生産量は極めて零細である¹⁾。このような量的に零細なりんごを一定規模にまとめるには、一定の集荷範囲を必要とした。また、個々の生産者から移出商が存在する市街地までのりんごの輸送手段は馬が普通であった²⁾。りんご移出商がこのように、交通の遅れた段階で、一定の範囲から、零細なりんごを一定量にまとめるには、買子³⁾の介在を必要とした。りんご集荷のために、りんご移出商は数人の専属買子をかかえていた。買子はもっぱら移出商に従属し、りんごの集荷機能は買子を通してなされた。例えば、収穫前のりんごの出来具合の評価、移出商が生産者に資材や資金を貸付けるばあいの仲介、生産者からのりんごの買取り、そのばあいの品質の区別や価格の交渉、りんごの運搬の段取、等々である。

りんご移出商は、問屋形態のもとでりんご生産者が消費地の相場を知る

ことができない条件に乗じて、できるだけ安い価格で生産者からりんごを買うことを指示したし、また、その支払いもできるだけ遅らせ消費地からの仕切で判断することが多かった。りんご移出商の利潤はこれらの条件だけでなく、生産者との取引過程で、集荷するりんごの量的操作によっても生み出すことができた⁴⁾。

りんご移出商がりんごを商品化する条件として量的にまとめるだけでなく、質的にも、選果し、規格化する必要があった。副業的な極零細個別生産のもとで、農民が出荷するりんごは品種、品質がまちまちであり、取引価格が移出商の指示に従っていた段階では、生産者による選別もほとんどなされず、くず味といわれる虫喰いや細いものが除かれる程度であった。りんご移出商はこうした選別されていないりんごをばらで買集め、季節労働者や農家の兼業労働に依存して選別、規格、荷造の作業を行なった。りんご市場が比較的未発達段階で、消費地問屋の仕切改算が普通に行なわれ、また、最終消費者へのりんご販売の過程で小売商の品分けと価格標示が大きな意味をもっていた段階では、産地のりんご移出商の格付はせいぜい3階級程度であった。例えば、明治末から大正初期にかけては、天・地・人あるいは松・竹・梅などで示されたが、こうした標示法ばかりでなく選果基準も移出商個々でまちまちであった。りんご市場がより拡大した大正後期には、標示法はより等級が多くなり福・寿・雪・月・花と一般化するに至ったが、選果基準はなお移出商によってまちまちであった⁵⁾。

りんご移出商は半封建的地主制のもとで、資本主義の侵透によって生み出される、極めて安い賃労働を搾取するばかりでなく、生産者からできるだけ安くばらで買ったりんごを、まぜ合わせて、個々の選果基準によって規格化するという集荷、選別過程での操作からも、彼等の利潤を確保したのである。

りんご移出商の利潤は、以上のようにりんごを消費地市場に向けての商品化の過程、すなわち、集荷、選別、荷造りの操作からだけでなく、荷造りした商品の出荷過程の操作からも確保された。問屋形態が支配的な段階は、青果物の生産と消費の遅ればかりでなく、青果物流通における輸送手段や貯蔵技術の未発達な段階とも照応する。こうした段階では、青果物価格の時期別、地域別の価格較差も大きかったのである。りんご移出商はこうし

た市場価格の時期別・地域別の価格較差を利用して、出荷時期や出荷場所を操作することで利潤の追求を計った。

青森県の気候の寒冷性と結びついてうまれた晩熟種りんごの貯蔵性は、他果実が出廻りを終えた時期まで販売を延長しようという有利性をもっていた。このことがまた、中央の市場に対して辺境の地で、りんごが商品化され産地を形成しえた一つの条件でもあった。貯蔵技術が未発達段階で、他の果実との競争も少ない段階では、こうした貯蔵性のあるりんごは、出来秋には安い、販売期間を延長するほど市場価格が高くなるという傾向があった⁶⁾。従って、販売期間の延長とそのため技術の採用は、移出商の利潤獲得にとって大きな意義をもっていた。例えば、晩熟種りんごの貯蔵技術の進歩については、明治末期の半土穴貯蔵庫の普及から、大正初期には雪巻き貯蔵庫が開発され、その普及が一般化されて来た。半土穴貯蔵庫は規模も小さく、貯蔵期間も3月ぐらいまでで短かったが、雪巻き貯蔵庫は数千箱のりんごを翌年の6月まで貯蔵することができた。りんご移出商はこうして、他の果物の供給が完全に途絶する4月～6月にかけての出荷も可能となった。例えば、大正5年産の時期別出荷割合をみると第4表の如くである。昭和10年以降の機械冷蔵の導入はよりいっそう販売期間の延長を可能にした。

第4表 りんごの時期別出荷割合（大正5年産）

時期別	出荷量 (t)	百分比 (%)	時期別	出荷量 (t)	百分比 (%)
7月～9月	4,934	15.2	4月～6月	4,702	14.5
10月～12月	16,205	50.1			
1月～3月	6,525	20.2			
			計	32,366	100.0

注1) 「東奥日報」大正7年5月13日付。

2) 前掲「明治・大正りんご販売史」102ページより作成。

また明治末から、りんご移出商のりんご販売が、地域的にもその市場を広げたことは第5表からうかがわれる。りんご市場のこうした地域的拡大はりんご移出商が地域間のりんご価格較差を利用して出荷操作を行なった結果でありその条件でもあった。通信手段の遅れた時期には、りんご移出商は郵便や電報によって消費地での売値を確認し、前回の売値と比較して、時期的、

第5表 りんご着駅別出荷数量

着 駅	明治43年		大正2年		着 駅	明治43年		大正2年	
	出荷量 (t)	百分比 (%)	出荷量 (t)	百分比 (%)		出荷量 (t)	百分比 (%)	出荷量 (t)	百分比 (%)
横 浜	947	3.8	645	2.0	枇杷島	1,083	4.3	1,223	3.7
敦 賀	13	0.1	19	0.1	名古屋	340	1.4	315	1.0
金ヶ崎	1,437	5.8	1,439	4.4	京 都	2,660	10.7	1,734	5.3
大 阪	2,773	11.1	2,392	7.3	その他	4,935	19.8	10,213	31.3
神 戸	1,354	5.4	2,215	6.8	浦 塩	1,371	5.5	3,267	10.0
下ノ関	1,203	4.8	497	1.5					
秋葉原	6,845	27.3	8,663	26.6	計	24,961	100.0	32,622	100.0

注1) 「東奥日報」大正4年7月7日付。

2) 青林県「明治・大正りんご販売史」90ページ。

あるいは地域的な出荷操作を行ない利潤の確保につとめた。

農民的りんご生産の進展と対応し、輸送技術、貯蔵技術、通信技術の発展に条件づけられて、りんご移出商の諸機能はりんご市場の時間的・地域的拡大を促進した。しかし、こうした青果物市場の展開が強化されるほど、問屋形態の存立基盤を弱めることになり、独占資本主義のもとで中央卸売市場が成立する過程では、りんご移出商もまたあらたな対応をよぎなくされた。

- 1) 例えば、明治末期の1戸当りの生産量は約80箱で、100箱~200箱生産する農民は村で数えるほどしかいなかったといわれている。
- 2) りんご園は傾斜地が多かったこともあって、りんごの運搬は明治末から大正にかけては馬の背中に6箱ずつ積んで運んだ。りんごはこのように6箱で一駄といった。のちに昭和に入ってから古自動車の方が利用できるようになってりんごの運搬は荷馬車と変わった。
- 3) 買子は、りんご生産者であったり、運送業者であったり、他業種と兼業のものがほとんどであった。買子はりんごの取扱数料に応じて、明治末大正期にかけては1箱当り約5銭の手数料を支払われていた。買子1人が取扱うりんご箱数は個人によって差があるが、この時期5千箱~6千箱といわれている。
- 4) 例えば、明治末から大正期にかけてのりんご生産者と買子との取引は手かごを用いていたが、この1かごは10斤として、重量単位で取引された。ところが、りんご1箱は4かごでもって計られることになっているが、10斤は1貫300匁であり、1箱は4貫800匁であるから、4かごのりんごから400匁の余分のりんごができることになる。
- 5) 前掲「明治・大正りんご販売史」197ページ。
- 6) 貯蔵ものの有利性については例えば明治30年頃で「一月青森で二つ掛三つ掛(1

斤当りの意)の上20斤が1円~90銭したものが、2月には1円40~1円20銭、3月には1円60~1円40銭、5月には1円90~1円80銭に値上りしていることによっても知られる。』(前掲、「明治・大正りんご販売史」15ページ)。

2. 中央卸売市場の成立とりんご移出商

日本資本主義が第1次大戦を経過する時期は、急速に独占資本主義が強化され、帝国主義的性格をますます強めていった時期である。この段階で、半封建的地主制と農民との矛盾がいっそう深まって来たばかりでなく、ますます商品経済にまぎこまれた農業生産が、独占資本主義との諸矛盾も深めてきた。例えば、労働集約的技術の体系化にもとづく生産費の高騰に比べての農産物価格の下落、植民地からの農産物輸入による国内農産物価格への圧迫等の問題が現われた。りんごについては人力噴霧器の普及と薬剤撒布量の増大、有機質肥料に代る無機質肥料の増投等に多額の費用を要し、生産費の割合に価格が伴わなくなり、経済的栽培法の研究に努むるようになった¹⁾。また、九州、関西市場に朝鮮りんごが移入され青森県産りんごの市場を圧迫しはじめた。

また、一般に独占資本主義のもとでは、商業利潤の制限と商人資本排除の動きが現われるが、日本のばあいそれらの傾向は、第1次大戦後に進行した。すなわち産業資本の独占的集中、カルテル、トラスト、コンツェルン等巨大独占体の成立による商人の取引の不要化と排除、おくれた産業部門である農業や中小企業では、独占資本との対抗と商人排除をめざした組合的集中化、さらには商人自体の大規模化による中小資本の排除等の動きが進展した。これらの動きが、青果物のばあい、消費地における中央卸売市場の成立と産地における出荷団体の結成として具体化した²⁾。

日本に中央卸売市場法が制定されたのは、大正12年であるが、その動機となったのは第1次大戦後の物価騰貴、これが契機として起った米騒動など社会問題の勃発にあるといわれている³⁾。しかし、その経済的背景は急速に独占資本主義が確立されたことにある。この過程は食料に対する需要を量的に拡大し質的に高めた。例えば第6表に示すように、この過程は都市人口の急激な増大をもたらし、それが青果物に対する需要の絶対的増大を促進した。さらに、この過程は食糧需要に対する質的变化、すなわち、穀物に比べて青果物、鶏卵、肉類などの需要を相対的に増大させた。これは、都市にお

第6表 中央卸売市場成立期における人口の増大 (単位:千人)

年別 都市名	年別				年別 都市名	年別			
	大正9	大正14	昭和5	昭和10		大正9	大正14	昭和5	昭和10
東京	3,350	4,099	4,970	5,875	神戸	644	704	787	912
大阪	1,768	2,114	2,453	2,989	横浜	502	515	620	700
名古屋	608	768	907	1,082	門司	89	99	108	120
京都	702	826	952	1,080					

注 水野武夫・神田正義共著『統制運動による農産物の販売』254ページ。

ける勤労者の肉体と精神の緊張から来るカロリーの要求にもとづくものである⁴⁾。中央卸売市場は、こうした条件のもとで、青果物の社会的需給を調整する市場機構として、国家の制度に裏づけられた、青果物卸売商業資本の対応した姿であるが、昭和2年の京都市の市場開設を最初として、大阪市・神戸市・東京都などの大都市を中心に第2次大戦までに8都市に設立された⁵⁾。

また、出荷組合は第1次大戦を契機に全国的にその設立がすすんだ。第1次大戦の影響で諸物価の高騰にともない農産物価格も上昇はするが、すでにこの時期には缺状価格差現象が現われ、農業生産者の所得を縮小した。これに対して生産者は販売手取金の増大をめざして、販売組織の単純化、中間経費の節減、産地買集商人の排除を企り、共同出荷、共同販売の動きが抬頭した。こうした動きに国が補助金を出し、政策的にも推進された⁶⁾。帝国農会の調査によると、昭和4年現在で、蔬菜の出荷団体数は5,636組合、果実は1,579組合設立されており、総販売数量中共同販売数量の割合は蔬菜が16.3%、果実が36.0%に達している。青森県のりんご生産のばあいも、第1次大戦後の経済不況、関東大震災の影響、さらには大正11年の大豊作を契機として、出荷組合の設立が大正11年、12年にはピークを示し、100組合を数えるほどに続出した。

こうした中央卸売市場の成立とそれに対応する出荷組合の設立は、りんご移出商の諸機能にも変化を与えずにはおかない。すでに消費地問屋は、消費地市場における青果物取引の大量性と青果物価格の平準化傾向に対応しきれず、自からの集中を計ることにより委託売買資本として卸売人に転化しはじめた。これまでの相対取引にかわってせり売を採用することにより、青果物の大量かつ迅速な取引を条件として手数料取得の拡大をねらった。こうし

三国：青果物市場の展開と産地商人資本

た大量かつ迅速な取引のためには、青果物の取引単位も大きくなり、継続的な入荷が必要とされた。また、せりによる見本取引には、青果物の規格統一がいっそう必要となった。さらに、相対取引とちがって、卸売人と仲買人との間の取引価格が公表され、その価格を産地の移出商だけでなく、りんご生産者も知るようになった。

消費地市場との取引において、りんご移出商はこれまでのように数人の消費地問屋と取引し、高く売れる方に荷を多く送るなどという操作はせばめられた。また、消費地での取引価格が、りんごの規格におうじていくらと決められ、それが公表されて来ると、これまでの選別・規格の過程での操作にも制限が加わってくる。さらに、生産者も市場価格を知るようになったため、りんごの買取り価格にも生産者から注文がつくようになる。出荷組合が結成され、生産者が直接に市場へ出荷するほど、産地での取引価格に影響を与えるようになる。こうして、りんご取引をめぐる生産者と移出商との矛盾が深まっていく。

りんご生産者とりんご移出商の対立は、たとえばりんごの県営検査をめぐって具体的に現われた。青果物市場の発展と流通機構合理化の動きは、りんごの県営検査の実施を必要とさせたが、りんご移出商はこれに猛反対をした。それは、りんごの規格統一による産地価格の上昇を嫌い、品質込み買いの前期取引による商売のうまみを温存しようとしたものであった。移出商は小生産者に対して検査料負担の過重、実質的効果の無力などをあげて同調を求め、反対運動を展開した。こうした対立を経て昭和8年以降県営検査は実施されたが、生産者から買取ったりんごは商人が選別荷造りして検査を受けるだけで、検査料も実質的には生産者に転化された⁷⁾。しかも、りんご移出商と対立を表面化した生産者は貧農層ではなく、2町以上の富農的りんご生産者であった。

半封建的地主制のもとで、昭和恐慌の影響でいっそう貧困化していった零細りんご生産者はむしろ移出商から資材資金の借入を強め、依然として、りんご移出商と強い結びつきのもとにおかれた。また、結成され出荷組合が、なお、機能を充分発揮しえず、中央卸売市場の成立も大都市に限られているという段階では、りんご移出商が産地問屋としての諸機能を発揮しうる条件が強く残されていた。例えば第7表に示すように昭和恐慌を経てからもなお

商人による出荷が60%をしめ支配的な地位にあった。

第7表 青森県りんご出荷者別出荷数量

	県購販連		統制会		移出同組		其の他		合計	
	数量 (千箱)	%								
昭和9	639	9.9	625	9.7	4,425	68.7	745	11.6	6,439	100.0
10	803	11.1	634	8.7	4,368	60.1	1,460	20.1	7,266	100.0
11	375	7.2	300	5.6	3,099	58.0	1,564	29.3	5,339	100.0
12	424	6.4	447	6.8	3,534	53.5	2,202	33.3	6,608	100.0
13	581	7.9	458	6.2	4,031	54.8	2,291	31.1	7,362	100.0
14	1,114	13.2	853	10.2	5,308	63.3	1,115	13.2	8,390	100.0

注1) 東奥日報「りんご読本」(昭和12年)。

2) 『日本農業発達史』第5巻524ページ。

第8表に示すように、第2次大戦にかけての軍事経済化にともなうインフレーションの影響でりんご生産もまた新たな展開を示した。この過程で、りんご生産には動力噴霧機の導入がみられ、りんご貯蔵では機械冷蔵庫の導入など、りんごの生産、流通上の大きな変革の動きが現われた。しかし、

第8表 昭和恐慌～第2次大戦までのりんご生産の推移

年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当り 単価 (円)	年次	作付面積 (町)	生産数量 (箱)	1箱当り 単価 (円)
大正10	7,720.0	391,875	3.24	昭和11	13,197.0	7,220,688	1.22
14	7,219.0	2,143,020	2.13	12	13,967.0	7,600,126	1.45
昭和元	6,483.0	3,873,750	1.02	13	14,635.0	8,434,140	2.08
2	6,414.0	4,304,980	0.97	14	15,261.1	9,209,664	2.71
3	6,444.0	4,160,259	1.32	15	16,916.0	10,069,216	4.41
4	7,275.0	4,784,884	1.03	16	19,165.0	8,150,596	4.96
5	7,477.0	4,874,695	0.83	17	21,204.9	12,016,240	5.94
6	7,526.0	4,197,959	0.75	18	20,387.7	9,204,069	5.21
7	7,871.0	5,444,620	0.77	19	19,239.0	6,297,825	5.86
8	11,379.0	3,338,131	1.54	20	19,369.0	2,000,000	1.92
9	11,725.0	7,083,415	0.94	21	15,869.0	3,172,916	110.42
10	12,501.0	8,412,370	0.90				

注 資料同前。

三国：青果物市場の展開と産地商人資本

こうした動きは、戦時統制経済が強まるにつれて中断されざるを得なかった。りんご移出商は、昭和15年の「青果物統制規則」にはじまる青果物市場に対する戦時統制経済の深まりに対してもヤミ販路の開拓等で抵抗を示した。しかし戦時経済がますます深まる中で、りんご生産が、薬剤不足、肥料不足さらには労働力不足によって、危機的狀態におこまれてゆき、それにつれて、りんご移出商の諸機能も衰退していった。

- 1) 青森県『青森県りんご史資料』第19集，23ページ。
- 2) 青森県農業総合研究所『青森りんごの経済的研究』昭和28年，150ページ。
- 3) 前掲『日本農業年報』第6輯，115ページ。
- 4) 水野武夫・神田正義共著『統制運動における農産物の販売』昭和11年，254ページ～255ページ。
- 5) 中央卸売市場の成立および日本における展開過程については、前掲「中央卸売市場と商業資本に関する試論」、および、川村琢，拙稿「中央卸売市場の発展と地域市場」(高倉新一郎博士定年退官記念事業会編『地域開発と農業』所収，昭和41年，223ページ～229ページ。)参照。
- 6) 前掲『日本農業年報』108ページ。
- 7) 前掲『日本農業発達史』第5巻，522ページ～523ページ。

IV. りんご移出商の再編過程

1. 青果物市場の再編とりんご移出商

第2次世界大戦後から現在までのりんご移出商の変化を概観するため

第9表 戦後のりんご生産の推移

年次	栽培面積 (町)	生産量 (千箱)	年次	栽培面積 (町)	生産量 (千箱)
昭和20年	19,369	2,000	昭和31年	23,250	29,001
21	15,869	1,173	32	23,336	27,160
22	16,937	8,998	33	24,600	23,410
23	17,361	13,769	34	24,900	29,713
24	18,444	17,912	35	25,500	25,158
25	19,045	19,657	36	25,665	26,751
26	19,813	8,911	37	25,790	26,350
27	19,931	21,677	38	25,587	34,373
28	22,820	18,592	39	25,600	28,818
29	22,940	16,899	40	25,381	33,211
30	23,140	9,320			

注 資料同前。

に、戦後のりんご生産の推移を示したのが第9表である。世時中のりんご園は統制抑圧のためりんご園の改廃、資材、労働力不足によって廃園寸前の状態にまでなっていたが、戦後は食糧不足、甘味品の不足から生じたりんご景気によって、急速な回復がはじまり、戦前の新植樹が結実樹令に達したことも重なって、戦後初期は生産量が急増した。

すなわち、終戦の年には200万箱まで下がった生産は3年後には1千万箱を越え、7年後には2千万箱を越えるという回復の早さであった。また、統制経済の破綻によるインフレーションの急速な昂進、昭和22年のりんご統制の解除、農地改革の進行などを背景として、戦後のりんご栽培農家の増加も著しかった。

しかし、第10表に示すように、りんご栽培規模は零細化の傾向を示している。こうしたりんご栽培の零細化と異常なインフレーション景気のもと

第10表 規模別りんご栽培戸数

	昭和15年		昭和26年			昭和15年		昭和26年	
	戸数	百分比	戸数	百分比		戸数	百分比	戸数	百分比
1 反未満	3,333	11.4	6,309	14.5	1町～2町	3,164	10.8	2,409	5.5
1反～5反	14,341	49.1	24,920	57.0	2町以上	738	2.5	229	0.5
5反～1町	7,610	26.1	9,806	22.5	県合計	29,186	100.0	43,610	100.0

注1) 昭和15年、「青森県りんご資料」第19集。

2) 実態調査、昭和26年、青森県りんご課。

で、戦後初期にはりんご移出商も両後の筈のような膨脹を示した。戦前、約300名といわれていた移出商が、昭和22年で1,000名以上に増大したといわれている¹⁾。このように産地における移出商が続出した原因のひとつに、消費地市場における荷受機関の乱立と彼等の荷引競争があげられる。消費地市場において乱立した荷受業者が、彼等の取扱高を増やすための集荷の手段として、前渡金をりんご移出商に流した。このりんご集荷のための前渡金に依存した形で、従来の買子あるいは統制経済のもとで失職していた他業種の商人などから弱少な移出商が多数生れた。

しかし、りんご景気の退潮、昭和25年から30年にかけての消費地市場での乱立した荷受業者の統廃合²⁾、それにともなう前渡金の涸渇によって、

弱少な泡沫的な移出商は次第に整理されていった。例えば、青森県りんご移出商業協同組合連合会加入の組合員数の動向をみると、昭和25年には719名に達していたが、26年642名、27年525名、28年には484名、29年437名、30年414名、31年399名と漸次減少し、その後はほぼ安定して400名前後で続いている³⁾。

こうしたりんご移出商の減少過程は、りんご移出商の規模拡大をともなっていることは、第11表の受検数量別人数の推移に示されている。戦後の回復過程を終えた日本資本主義は、昭和30年以降には高度の蓄積を進めて

第11表 りんご移出商の受検数量別人数の変化

数量別	昭和32年		昭和37年		数量別	昭和32年		昭和37年	
	人数	百分比	人数	百分比		人数	百分比	人数	百分比
5千箱未満	492	52.2	337	44.7	10万～15万	12	1.3	11	1.5
5千～1万	121	12.9	111	14.8	15万～20万	1	0.1	—	—
1万～3万	197	21.0	186	24.8	20万箱以上	—	—	2	0.3
3万～5万	74	7.9	50	6.7	計	940	100.0	751	100.0
5万～10万	43	4.6	54	7.2					

注 青森県『りんご現況報告書』。

きた。この過程で、青果物市場も拡大し、それにつれて青果物の取引形態の再編成が強化される。すなわち、消費地の側では問屋形態が後退して、卸売市場形態への移行がすすみ、産地の側では、従来の産地問屋が後退し、生産者の組織的販売体制が強化され、青果物取引において農業協同組合と卸売市場との結合がますます強化されるようになった。既存の大都市における中央卸売市場が、卸売人の整理統合が計られ、ますます強化されるばかりでなく、地方の中都市にも中央卸売市場の開設がすすみ、全体として中央卸売市場の青果物取扱高は著しく増大し、第12表に示すように全国の青果物流通に占める中央卸売市場の取扱高の地位も高まってくる。こうした中央卸売市場の発展ばかりでなく、地方中小都市においても、従来の消費地問屋が合併して地方卸売市場へ移行する傾向が強まってきた。青果物卸売業者の集中と中央卸売市場への青果物流通の集中は政策的にもますます強化されて来た。りんご移出商の減少とその大規模化の傾向は、このような青果物市場の再編

第12表 青果物流通における中央卸売市場の地位

全国総人口	千人 100,554	全国青果物流通量	千t 11,168
中央卸売市場開設都市の人口	千人 26,650	中央卸売市場取扱量	千t 4,818
比率	% 26.5	比率	% 43.1

注1) 人口は昭和41年3月31日現在。

2) 取扱量は昭和40年度。

3) 農林省『中央卸売市場関係資料』より作成。

過程に対して、零細なりんご移出商ではその対応がますます困難になって来たことを示している。

戦後のそうした青果物市場の再編過程と対応して、青森県においても、農業協同組合あるいは出荷組合によるりんごの組織的販売体制が一定の進展を示している。しかし、第13表に示すように、青森県におけるりんご移出商が、りんご取引においてなお支配的な地位にある。今日のように、日本資本主義が高度に発達した段階で、また、青果物市場も大きく再編されつつある中で、このようにりんご移出商がなお根強く存立しうる条件は何か、次にこの問題についての分析を進めよう。

第13表 出荷団体別りんご取扱数量の推移 (単位: 万箱)

年次別	商協連		経済連		生出連		その他		合計	
	数量	%	数量	%	数量	%	数量	%	数量	%
昭和31年	1,521	61.5	409	16.5	272	11.0	271	11.0	2,473	100.0
32	1,382	59.8	377	16.3	333	14.4	219	9.5	2,311	100.0
33	1,221	63.4	212	11.0	282	14.6	214	11.0	1,929	100.0
34	1,072	51.4	341	16.3	168	8.0	655	24.3	2,236	100.0
35	1,270	60.4	305	14.6	287	13.7	234	11.3	2,096	100.0
36	1,250	60.1	327	15.7	282	13.5	221	10.7	2,080	100.0
37	1,053	47.9	440	19.8	254	11.9	454	20.4	2,201	100.0

注 青森県『りんご現況報告書』。

- 1) 青森県農業総合研究所『青森りんごの経済的研究』(特別研究報告, 第1号), 昭和28年, 154ページ。
- 2) 消費地中央卸売市場における荷受会社の乱立と整備の過程については前掲「中央卸売市場の発展と地域市場」参照。

- 3) 農林中央金庫融資第1部「青森りんごにおける農協共販の現況と問題点」, 昭和40年, 32ページ。

2. りんご移出商の存立条件

青森県におけるりんご移出商の存立条件を検討するに際し、青森県におけるりんご生産は、長野県のように昭和恐慌後に養蚕からの転換という形で進出した新興産地と異なり、また、北海道のように歴史は古いが地方市場と結びついたのでもちがいが、明治中期以降、東京をはじめ中央の大市場と結びついて展開した旧産地であることを前提条件として確認しておく必要がある。こうした旧産地としての性格と関連して、りんご移出商がなお存立しうる条件は第一に、農地改革によって、農民の小商品生産はいっそう強まったとはいえ、りんご部門がなおお零細であるうえ、副次的な部門にとどまっていることである。例えば、昭和38年度における樹園地面積別農家構成割合では、3反未満で44.2%をしめ、3反～5反が24.3%、5反～1町が24.1%で、1町以上が7.4%にすぎない。また、りんご生産が、水田部門を基幹として、それとの結びつきで、副次的兼業的に生産されている状態は資料はやや古いが第14表からうかがうことができる。しかし、単にりんご園零細性と兼業性を問題にする限りでは新興産地とも変わらず、むしろ長野や福島の方がりんご園は零細である。

そこで問題となるのは、青森県のばあいこうしたりんご生産の零細性と兼業性が旧産地であることから、個別農家の栽培技術の相違性と結くむつび

第14表 りんご栽培農家の経営内容 (青森県)

経営内容	栽培戸数	同百分比	経営内容	栽培戸数	同百分比
りんご専業農家	1,553	3.6	②③ との兼業	631	1.4
① 水田との兼業	10,280	23.5	②④ との兼業	90	0.2
② 畑作との兼業	3,675	8.4	③④ との兼業	189	0.4
③ 山林との兼業	1,167	2.7	①②③ との兼業	7,122	16.3
④ 畜産との兼業	121	0.3	①②④ との兼業	246	0.6
①② との兼業	16,230	37.2	②③④ との兼業	47	0.1
①③ との兼業	975	2.2	①②③④との兼業	1,037	2.4
①④ との兼業	314	0.7	計	43,677	100.0

注 青森県りんご課『りんご園実態調査報告書』, 昭和26年度, 146ページ。

ついていることにある。すなわち、明治末期から現在まで、りんご生産が展開する過程において、りんご園の土地条件や気候条件のちがいに栽培技術のちがいも当然現われ、さらに果樹の特殊性として樹令のちがいも加わり、したがってそこから生産されるりんごの個々の農家による質的相違性はまぬがれない。この個別生産者によるりんごの質的相違性は、りんごの商品化の過程における使用価値的制限をなおつよく残存させ、ここになおりんごの商品化において商人資本が専門的手腕を発揮すべき領域が残されているのである。

りんご移出商が存続しうる第2の条件は、りんごは他の青果物と同じように、生産の不安定性、収穫の季節性、さらには日々の需給のアンバランスから、激しい価格変動を示すが、りんご商品の自然的属性と結びついて貯蔵性が高く販売期間をのばしうることから、投機取引の対象となりうることである。青森県のばあい、これも旧産地としての性格と関係し、国光の比率が高いこと、さらには新興産地が早生種、高級種をはじめ、大市場に早い時期に出荷するため、その販売時期をますます遅らせることになり、その投機的性格を強めるのである。例えば、昭和38年における品種別の作付面積割合をみると、国光の割合が青森が55%であるのに対して長野は38%であり、逆に高級種は長野が25%であるのに対して青森は13%にすぎない。また、東京市場へのりんごの産地別時期別入荷量を昭和39年産りんごについてみると第15表のように、新興産地のりんごが、ほとんど年内に出荷されてい

第15表 産地別時期別入荷量(千箱)

時期別	青 森	長 野	山 形	そ の 他	計
7月～12月	689	1,184	666	811	3,350
1月～3月	1,728	29	6	116	1,879
4月～6月	1,012	3	1	5	1,021
計	3,429	1,216	673	932	6,250

注 青森県りんご課資料。

るのに対して青森のばあい、年内出荷よりも1月～3月、あるいは4月～6月の出荷量が多くなっている。こうした販売期間の長さや価格変動および投機性の関係については、例えば、「価格変動の激しさこそは、りんご販売に投

機性を与え、投機性の故に、価格の季節変動に2つのパターンを与える。収穫に安く買って、3月以降に高く売れた年には、もうけが大きく、次の収穫期に豊富な資金をもつことになり、買付が活発化して価格は上る。前年通りの価格上昇を期待して、貯蔵が増加し、貯蔵りんごの価格は期待通りの上昇がみられないことになる。こうして、初低終高と初高終低の季節変動パターンの交互出現と¹⁾なって現われることが示されている。りんご移出商に投機性を与えるこうした長期貯蔵性と価格変動の大きさは、豆類取扱商人資本の残存の条件と共通するものである。

こうしたりんご取引の投機性と関連して、りんご移出商が存立する第3の条件は、青森県のおりんごの集出荷過程に欠かせないりんごの冷蔵施設、集積倉庫、選果設備の大半をりんご移出商が所有していることである。例えば、所有者別のりんご倉庫を示したのが第16表であるが、機械冷蔵庫のばあいを見ると、収容能力の83.4%も支配している。りんご移出商はこれまでの蓄積によりこれらの諸施設を所有したのであるが、これを基礎にして現在なをその諸機能を果しうるのである。戦後、農協による出荷体制が、一定の前進を示したとはいえなお、移出商に対抗できない主要な原因のひとつとして、それらの諸施設の不備にある²⁾。青森県における機械冷蔵庫は昭和25年に38棟であったのが昭和38年には286棟に増大しており、とくに昭和30年以降の増大が著しい。これは、青森りんごが大市場でますます新興産地のりんごにおされるという移出商の消極的な対応としての側面と、より投機的な取引を強めようとする積極的な側面の反映である。

最後に移出商の存立条件として、消費地問屋の残存があげられる。戦後のりんご市場の拡大は、東京・大阪などの中央市場から、他の地方的な大市場へ、また全国の群小市場へと進路を変えつつある³⁾が、なお地方の中小都市においては消費地問屋が残存し、とくに漁村地帯や農村地帯へのりんごの配給はいまなお彼等の機能に依存している。こうした零細な消費地問屋のりんごの集荷は、りんご移出商の機能に大きく依存している。以上の諸条件のもとで、りんご移出商はその存立が可能とされているのであるが、現在のようにな資本主義が高度に発達し、しかも青果物市場に対する制度的な規制がますます強化されつつある中で、りんご移出商は如何なる性格と機能を有するであろうか。

第16表 所有者別りんご倉庫(昭和37)

		機 械	簡 易	普 通	計
棟 数	生 産 者	6	628	12,151	12,785
	出 荷 組 合	3	10	69	82
	農 協	9	14	196	219
	移 出 商	214	140	447	801
	倉 庫 業 者	31	5	17	53
収 容	実数 (千箱)				
	生 産 者	31	948	10,819	11,798
	出 荷 組 合	18	36	296	350
	農 協	146	85	1,545	1,775
	移 出 商	3,641	763	2,840	7,244
能 力	割 合 (%)				
	生 産 者	0.7	50.7	68.9	53.8
	出 荷 組 合	0.4	1.9	1.9	1.6
	農 協	3.3	4.5	9.8	8.1
	移 出 商	83.4	40.9	18.1	33.0
	倉 庫 業 者	12.2	1.9	1.5	3.5
	計	100.0	100.0	100.0	100.0

注1) 『東北農業経済学会々報』, 第1号, 5ページ。

- 1) 田辺良則稿「津軽のりんごの流通問題」(『東北農業経済学会々報』, 第1号, 所収, 4ページ)。
- 2) 農林中央金庫第1部, 果樹融資関係資料, 第14号『青森りんごにおける農協共販の現況と問題点』, 150ページ~151ページ参照。
- 3) 前掲, 「青森りんごの経済的研究」, 148ページ。

3. りんご移出商の性格と機能

ここで問題とするのは、日本資本主義が戦後の回復過程を経て、昭和30年以降の高度蓄積過程、とくに昭和35年以降の高度経済成長政策のもとで、青果物市場に対する制度的規制がいっそう強まった段階におかれた、りんご移出商の性格と機能である。ここでの、商業的農業の基本的特徴は、貿易自由化のもとで、従来の米麦を中心とする主穀商品生産が危機的様相を示すだけでなく、それに代る畜産・果樹・園芸等の諸部門も農家経営の中では次第に重要な意味を持つようになるが、極めて不安定な状態にあり、米作部

門に対してなお副次的な部門として地位にとどまり、複合的商品生産の域を出ないものである¹⁾。青森県におけるりんご生産も基本的にはそのような性格をもつものであり、一方では諸物価の値上りの中で果実需要の相対的制限と他方ではバナナをはじめとする外国産果実の大量輸入のもとで、ますますその再生産が困難となりつつある。

しかし、りんご生産が副次的な形にせよ、商業的農業部門として一定の発展をみせたことはりんご生産者はりんごの商品化過程において、問屋形態の時期に比べてより自立した機能をもっている。第1に戦後の農業協同組合の進出により、資材・資金の貸付は商人よりも農協に依存するようになったことにより青田売などの傾向はなくなった。第2に戦後は農民的商品生産としていっそう商品経済、貨幣経済にまきこまれることにより、自分の作ったりんごに対しての価値評価もすすみ、費用価格水準の要求が強まった。第3に、消費地における卸売市場形態のいっそうの発展と農業協同組合あるいは出荷組合によるりんごの販売体制の強化は、生産者段階での市場価格の情報把握がよりいっそう進展した。販売過程におけるりんご生産者の自立性の強化はりんご移出商との間のりんごの取引関係にも変化をもたらした。

まず第1にりんご生産者は自分の作ったりんごを必ずしも特定の移出商に売る必要がなくなり、取引価格が高い方に売ることになった。第2に、問屋形態のもとでは、移出商とりんご生産者との間に買子が介在しており、買子は移出商に従属した性格をもっていたが、生産者の自立性と対応して買子が仲立人²⁾としての性格を強めた。すなわち、問屋形態のもとでは買子は移出商の買取り機能の一部を受けもち、代行するものであったが、現在の仲立人はより自立性をもちうるようになり、生産者と移出商との間のりんご取引における仲介者として機能をもつようになった。第3に、生産者と移出商との取引が現金取引になった。これは、のちにみるように、一方では商人の集荷競争がより激しくなったことと、他方では、りんご生産者がたえず現金を必要としているばかりでなく、生産者と移出商との間の前期的関係が消滅してきたことを示している。第4に、問屋形態のもとでのバラ売りに代って、生産者自身も選別して有利に販売する傾向が強化された。以上から、りんご移出商が、以前のように、りんごを生産者から買集める過程での操作で得ていた利潤は、現在では著しく制限されている。りんご移出商は問屋形態

のもとで、譲渡利潤を得るために行なった買取り価格の設定機能が著しく弱まった。

他方、消費地市場との取引関係においても、りんご移出商の果す独自の機能は次第に制限されつつある。すでに指摘したように、青果物流通における中央卸売市場の地位はますます強まり、中央卸売市場での青果物価格の設定機能もいちぢるしく強化された。既存の中央卸売市場の地位の強化ばかりでなく、地方都市にも中央卸売市場が開設され、その機能が強化されるにつれて、青果物卸売価格の地域的平準化はいっそう進展する。これは、例えば第17表に示すように、主要大都市のりんごの卸売価格の市場別変動率が非常に少ないことから把握される。従って、りんご移出商の地域別出荷操作による利潤の取得は大きく制限されたといえよう。これに対して、時期的変動については、第18表に示すように、年次的にも、時期的にもなお

第17表 りんご卸売価格の地域別
変動率(国光)

年次別	平均単価 (\bar{X})	標準偏差 (σ)	変動係数 (C.V)
昭28	49.6	4.85	0.10
29	61.6	5.46	0.09
30	66.4	3.70	0.06
31	55.3	3.84	0.07
32	40.7	2.07	0.05
33	41.9	1.02	0.02
34	43.1	2.30	0.05
35	51.0	2.14	0.04
36	50.1	3.14	0.06
37	65.4	3.38	0.05

注1) 農林省『青果物市場調査報告』。

2) 対象市場：東京，横浜，名古屋，
京都，大阪，神戸，
北九州。

第18表 りんご卸売価格時期別変
動率(国光)

年次	平均単価 (\bar{X})	標準偏差 (σ)	変動係数 (C.V)
昭27	41.3	8.99	0.22
27	57.3	10.39	0.18
29	58.0	5.83	0.10
30	81.2	17.32	0.22
31	43.0	6.23	0.14
32	43.8	3.90	0.09
33	45.4	5.33	0.12
34	48.9	9.28	0.19
35	49.0	3.86	0.08
36	66.8	18.83	0.28

注1) 資料は同前，東京市場。

2) 11月～6月の変動を対象。

大きいので、その操作の可能性が残されている。このことはすでに存立条件をみたときに指摘したとおりである。しかし、この時期別変動についても最近、外国からのバナナやパイナップルの輸入、あるいは国内におけるブ

リロス・メロンやイチゴなどの進出により、ますます制限される傾向が強まっている。

以上のように、生産者からの買取過程、卸売市場への出荷過程におけるりんご移出商の諸機能の制限に対してりんご移出商は独自の対応を示さざるを得ない。りんご価格の平準化、とくに地域別、段階別平準化の傾向はりんご移出商の利幅の制限となって現われる。これに対してりんご移出商は、取扱りんご量の増大、より良質、高級りんごの取扱への志向、貯蔵施設の活用による投機取引にその活路を見出し、これらをめぐって相互に激しく競争する。りんご取扱量の増大は、りんご移出商のりんごの貯蔵能力、選別能力を増大させ、また逆にそれによって制限される。この過程でりんご移出商の集中化もすすむ。即売する零細移出商は別として現在では誰れでも移出商はできなくなって来ている³⁾。りんご取扱量は選別能力にも制限され、これは青森県のばあい多くは低賃金の雇傭労働に依存している。しかし、最近の労賃の高騰は、りんご移出商の利益をしいに制限している。これに対して、選果機の導入もみられはじめた。しかしりんご取扱量の増大は、青森県におけるりんご生産量の絶対的な制限と個々のりんご移出商の所有する貯蔵、選別能力によって限界がある。

りんご移出商はそうしたりんご集荷量の制限を、できるだけ良品種、良質りんごの集荷でカバーしようとする。すなわち、同じ数量のりんごを扱っても、集荷経費、貯蔵経費、荷造経費、出荷経費は固定的費用として同じようにかかるので、できるだけ単価の高いりんごを取扱った方が、1箱当りの利益率が高い。また、消費地でのりんご価格は、小都市よりも大都市ほど品質の良いものが高く売れる傾向が強まっている。従って、大消費都市に良品種、良質りんごをまとまった量だけ送る能力が、競争条件として大きな意味をもって来る。りんご移出商で経営状態の良いものは、こうした良品種、良質りんごを多く集められるものに限られて来る。更に、りんご移出商の貯蔵施設の拡大は、単にりんごの量的確保ばかりでなく、それを投機取引の手段として利用するためである。出来秋の安い時期に買入れ、高い時期をめざして、出荷するのであるが、このばあいにも、良品種、良質のりんごを所有していることが有利となるばあいが多し。

これらのりんご移出商間の競争は、生産者からの集荷合戦を激しくし、

それが生産者からの現金買取りを促進する。しかし、現金で集荷したりんごは、市場に出荷されてはじめて代金が回収される。したがって生産者からの現金買取りと、卸売市場からの代金回収の間には多くの運転資金が必要となる。りんごの販売期間の長い青森県のばあいは、そうした運転資金の必要性をよりいっそう増大させる。移出商のりんご集荷に必要な運転資金は、自己資金が少なく荷受機関からの前渡金も少なくなった現状では、ますます市中銀行からの融資に依存せざるをえなくなっている。例えば銀行からの融資は、8月～9月の資材資金と10月～1月にかけての集荷資金に分れている。資材資金は、移出商が夏のひまな時期に人夫を使って、りんご箱を作るための木箱やくぎなどを買うための資金であるが、旭や祝などの早生種の集荷資金としても用いられる。しかし、10月中旬から下旬にかけてのデリ系高級種の集荷競争がもっとも激しく、集荷資金の融資も増大し、それに紅玉の集荷があり、さらに青森りんごで量的にもっとも多い国光の集荷資金が11月中旬から1月にかけて融資される。第19表に示すように、りんご移出商の集荷資材資金残高の動きをみると7月以降次第に増大し、12月～1月がピーク

第19表 移出商集荷、資材資金残高と預金額の月別推移 (40年産)

月別	集荷資材資金		預金額		月別	集荷資材資金		預金額	
	月末残高	指数	月末残高	指数		月末残高	指数	月末残高	指数
7	2,816	100.0	2,794	100.0	1	6,358	225.8	3,231	115.6
8	3,093	109.8	2,651	94.9	2	6,296	223.6	3,330	119.2
9	3,340	118.6	2,858	102.3	3	5,587	198.4	3,272	117.1
10	4,432	157.4	3,132	112.1	4	4,301	152.7	3,237	115.9
11	5,353	190.1	3,126	111.9	5	3,516	124.9	3,164	113.2
12	6,170	219.1	3,091	110.6	6	2,857	101.5	3,019	108.1

注 日銀青森支店調。単位、百万円

となりその後減少していく傾向にある。2月以降の減少は長野りんごがほとんど年内に出廻り、あるいはせいぜい1月～2月まで出廻るが、青森りんごが、1月～3月あるいは3月～6月へと貯蔵りんごを中心に、その代金が次第に回収されてくるためである。しかし、この代金が回収される時期にも、必ずしも移出商の預金残高は増大していない。

銀行からりんご移出商への融資は、日歩2銭から2銭5厘の範囲で貸付

三国：青果物市場の展開と産地商人資本

される。そのばあい移出商の当銀行への預金額、移出商の固定資産の担保、さらには移出商界の地位や移出商の商売の方法など銀行により総合的に把握される。このように、りんご移出商の銀行資本への従属がますます強化されていることは第20表のように銀行からの融資残高は年々上昇していることに示されている。集荷資金として借入した資金の利子負担が、販売期間が長いだけにいっそう重くのしかかっている。また、移出商の所有している冷蔵庫等の固定資産もますます喰いつぶして行く現状にある。

第20表 移出商への集荷資材資金の融資残高の推移

年次	12月末残高	指数	年次	12月末残高	指数
36	3,540	100.0	39	5,506	155.5
37	4,126	116.6	40	6,170	174.3
38	5,111	144.4	41	7,706	217.7

注 日銀青森支店調。単位、百万円

りんご移出商は、現段階では、以前の間屋形態のもとでもっていた主体性はしだいに失なわれつつある。すなわち、資金的に銀行資本への従属が深まりまた青果物の取引については、消費地の卸売人に対する地位もますます弱まり産地仲買人としての性格を強めている。間屋形態のもとでなし得たりんごの集荷、販売過程での操作はいちぢるしく制限され、りんご生産者の移出商に対する相対的自立性の強化とりんご価格の地域別、段階別、さらには時期別平準化の傾向は、りんご移出商の存立基盤をますます弱めつつある。これらの諸傾向の強化にかかわらず、りんご移出商は高度に発展した資本主義のもとでも、商人資本としてなお専門の手腕を発揮し存続しうるのはすでに指摘した諸条件に支えられているためである。

- 1) 山田定市稿「商業的農業の現段階的性格に関する一考察」、(北海道大学農学部『農経論叢』、第22集、1966年、27ページ～51ページ)。
- 2) 仲立人は、部落の農家が兼ねるばあいが多く、現在、青林県下1,500人～2,000人いるといわれている。普通1万箱未満の取扱で、1箱から10円～30円の手数料を得ている。
- 3) 例えがりんご移出商として、自立しうるには最低3,000万円の資金を必要とし、りんごの取扱数料3万箱以下では経営がなり立たないといわれている。

V. 結 語

日本資本主義の発展と対応する青果物市場の展開過程において、りんご取扱産地商人資本が如何なる性格と機能をもって対応するかがわれわれの研究課題であった。日本資本主義の産業資本が確立する時期に、りんご移出商が成立するが、それは半封建的地主制のもとで、貨幣経済にまきこまれ、窮迫化していく農民の農家副業的りんご生産の成立を基礎としている。また、この時期は青果物の取引形態として問屋形態が支配的であり、りんご移出商は副業的な零細りんご生産者からのりんごの集荷・選別・荷造・出荷過程における諸操作によって、その譲渡利潤を得ていた。ここでは、生産者からの買取方式が支配的であり、りんごの買取り価格の設定において移出商は中心的な機能を果たした。それを支える条件として、問屋形態のもとで消費地での取引価格が生産者に知らされないこと、さらには移出商と生産者との間の資材・資金の貸付等の諸関係があった。

資本主義が独占資本主義へ発展する時期には、青果物市場もいっそう拡大し、消費地においては中央卸売市場が成立し、産地では出荷組合が進出する。こうした動きはりんご移出商の性格にも変化を与えずにおかなかつた。しかし、第2次大戦以前の段階では、そうした青果物市場の再編の動きも全面化するに至らず、また、農村ではなお半封建的地主制の支配が強固なため、りんご移出商はなお産地問屋として自立的な機能を果たした。

第2次大戦を経過して、日本資本主義が戦後復活過程を終え、高度な集積・集中を基礎に国家独占資本主義へと発展した段階では、青果物市場の再編と制度的な規制はいっそう強化された。こうした段階で、りんご生産は内外独占資本の圧迫のもとで、副次的商品生産部門として地位にとどまっている。しかし農民のりんご移出商に対する相対的地位は高まり、費用価格水準の要求が強化した。こうした段階でりんご移出商は、なおりんご生産の零細個別性と技術の相違性、投機取引の可能性などに支えられながらその存立条件が与えられている。しかしその性格は、銀行資本への強い依存なしには存立しえず、また、大消費地の卸売人に対しても産地仲買人としての地位に弱体化しつつある。移出商はこうした中で売買操作からの利潤取得も大きく制限され、実質的には手数料化の方向を余議なくされているものと考えられる。しかし、これらの問題の解明は、さらに今後に残された課題である。

LOCAL ASSEMBLING WHOLESALERS OF APPLE IN THE PROCESS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET

By

Hidemi Mikuni

This study attempts to discuss the character of local assembling function of wholesalers at the each stage of capitalistic development in the apple market.

In the early stage of development, in the period from late in Meiji era up to World War 1, the local assembling wholesalers predominated the local apple market for farmers. The wholesalers were dominant in gathering, grading, packing and shipping operations of apples which were produced by numerous and separate farmers in small units. The wholesalers commanded speculative and monopolistic profits in the business under condition of imperfect and less competitive market structure.

In inter-Wars period, monopoly capitalism was given a firm foundation in the national economy. In response to it, central wholesale markets were developed in large consumption areas, and farmer's marketing co-operatives were organized in production areas. These new development in market organization could be expected to affect the local assembling wholesalers, but no essential changes in the character of the wholesalers were observed in this period.

In postwar period, the market structure was widely reorganized in the process of recovery and growth of the monopoly capitalism. The vegetables and fruits markets are growing more competitive for the local assembling wholesalers. At the same time, financial capital agencies exert more restrictive influence on them. The overwhelming bargaining power of distribution wholesalers reduces the local assembling wholesaler to a broker at ordinary rate of fee and charge. Survival of the local wholesaler is based on existence of numerous and separate apple producers in small units, their specific skill in marketing, storage operation and speculation.