

善川の近くが有利であった。

6. 要 旨

さきにみてきたように、両部落の被害の差の第一は整地であるなしの、土地改良の段階による差であり、第二は一方は用水不足地帯でそれに対する経験と準備があり、他方は水害の常習地帯で旱魃の対策はおろか灌排水設備そのものに欠陥があったことである。そのためA部落は常々B部よりも用水が不足していたにかかわらず、旱魃にあってはむしろ被害の程度が少かった。B部落の灌排水設備の欠陥は、溜池の漏水が、2カ所あったこと、灌排水路が不完全で漏水のはなはだしい箇所があったことである。特に善川を樋越で灌水する部分がひどかつ

た。これは水害の常習地帯であるため生産力が低く、A部落の技術段階に達していないことを意味する。そしてA部落の場合はB部落よりも土地改良が進んでおり、従って部落組織の制約を受けることが少なく、資力の差としてあらわれたが、B部落の場合は未整地であって溜池灌漑による部分もあるので、水の対策は部落組織の制約を受けるほかに、地理的条件とも相俟って、部落組織をにぎっている規模の大きい農家が有利となった。ただ例外は大堰の場合で、ここは平年ならばめぐまれた条件である台地が水があがらず、ここでは規模の大きい農家も被害が大きかった。このように同じ気象条件でも社会的・経済的条件によって、被害の程度に差があらわれてくることが認められるのである。

農協におけるリンゴの販売方法に関する調査研究

第1報. 共選共計の必要性について

佐 藤 多 吉

(青 森 県 農 試)

1. ま え が き

季節的に生産される農産物は、その供給の調節が適切に行われないと販売価格が不安定になり、生産者の所得を増大させることはできない。供給の調節は全国的規模で行われるのが理想的であるが、リンゴの場合それは難しい段階にある。現状は県単位でも容易でなく、集出荷も無統制に近く、しかも小規模にしか行われない。とくに青森リンゴの半数は移出商人の出荷に依存しているため、県全体の計画とは合致し難い。

しかし、生産者の利益を守り、市場取引の実態に即応するためには、とくに農協の販売は移出商人のそれと違うところがなくてはならない。しかもそれは共同販売の成果に求められるべきである。共同販売の主眼とすると

ころの一つは、組織化された計画的集中出荷であり、そのためには零細な生産者のリンゴを集めて大量化し、さらに商品性を高めるための標準化がされなければならない。この標準化こそ共同選果により達成され、さらに共同計算によって効率的にされる。この事実について調査農協の実績を中心に若干の考察を試みよう。

2. 農協におけるリンゴ販売の現状

青森リンゴの販売は生産者の自主出荷と移出商人とに大別されるが、その各団体別取扱いは第1表のとおりである。

農協の出荷は増加傾向にあるとはいえ、全体からみると1割を若干上廻るだけである。また各出荷者別平均取扱いは不作年約5,000箱(30年)、豊作年32,000箱(31

第1表. 出荷団体別取扱回数

	商協連	経済連	生出連	南 りんご連	県振連	その他	計	
	%	%	%	%	%	%	%	箱
昭和 29 年	52.9	10.0	4.5	—	1.4	31.2	100	11,762,197
" 30 年	56.7	9.7	5.6	—	0.9	27.1	100	6,098,581
" 31 年	48.2	14.8	5.3	2.1	0.2	29.4	100	23,043,135
" 32 年	44.4	14.5	8.0	2.8	—	30.0	100	21,782,833

注：県りんご課資料による。

第2表. 業種別リンゴ受検者数

	5,000 箱未満	10,000 "	30,000 "	50,000 "	70,000 "	100,000 "	130,000 "	150,000 "	150,000 箱以上	計	実数
農協組合者人他	33.0	16.5	30.9	12.2	3.2	2.6	1.1	0.5	—	100	188
出荷組合者人他	45.0	20.4	29.0	3.3	0.3	1.2	0.5	0.3	—	100	338
移出の計	98.7	1.3	—	—	—	—	—	—	—	100	1,112
移す	52.3	12.9	21.0	7.9	3.5	1.1	1.2	0.0	0.0	100	940
その他	99.4	0.3	0.3	—	—	—	—	—	—	100	2,569
計	84.7	4.7	7.0	2.1	0.7	0.4	0.2	0.1	0.1	100	5,147

注：県，昭32「りんご検査事業報告書」による。

年）で，商人1人当りの取扱い数とはほぼ同じである（第2表）。

また共同選果は一部共選も合わせると52.5%（32年）に達しているが，選果技術や施設そのものには多くの問題が内在しているし，共同計算は一部実施を含めても28.7%にすぎない。

3. 共同選果・共同計算の有利性

現実の青果物取引は原則として「無条件委託販売」の

形でされるが，価格決定には種々の要素が加わり一物一価という原則が貫徹されない場合が多い。このため青果物販売にはとくに銘柄の確立と，仕向け市場選定が重要である。銘柄の確立は共同選果するより外に方法はない。もちろん共同選果の第1の目標は規格を統一し，商品の標準化を図ることである。このことによって市場の信用が増大し，商品価値の向上が期待できる。また共選の場合は荷口を大きくして取引を簡易にし，それだけ消費の増大が可能である（第3表）。

第3表. 共同・個人選果の市場価格

(単位円)

区 分		玉 別	60	70	80	100	120	140
共同選果	国 光	寿(A)	—	723	722	713	747	679
		寿(B)	650	657	646	617	653	542
		雪	530	514	514	484	582	492
個人選果	A 級 (生産技術が優)	国光	585	636	640	633	638	537
		寿雪	510	505	502	487	514	502
		B 級 (生産技術が普通)	655	596	623	585	527	480
		国光	500	500	500	513	458	432

注：県経済連調査資料（昭和32年産りんごM農協についての成績）

さらに間接的な効果として，出荷経費の節減・生産技術の統一的向上・共同意識の昂揚などがあげられる。しかし，現実に実行されない理由として，品質の生産者間の相違・選果荷造場設備の不足・選果員を雇傭するための事業量の不足・市場による共選の効果の相違などがあげられている。

次に仕向け地市場選定であるが，一応選果やロットの作製を別にすれば，1市場に対する集中度が問題である。よくいわれる「市場に対する発言力」という言葉はこのことをうまく表現している。集中度=1市場に対する出荷量は市場の組織・消費力の多少によって異なるが，一般的には2～3万箱（注）といわれる。この実現のためには，共同計算方式を採用しなければ農協におけるリンゴ販売は大きく発展しない。

（注：しかし農協による集中度の実質的解明は今後に残された課題で本稿は共選・共計の意義だけに止める。参考までに共選・共計した市場別に市場価格を品種別に第4表に揚げておく）

第4表. (単位円)

		農 協		市 場 別			
		I 農協	K 農協	東京	大阪	福岡	札幌
国 光	福寿雪	876	861	936	1,101	908	—
		854	744	745	832	788	630
		608	517	525	566	612	407
紅 玉	福寿雪	461	849	761	878	852	—
		723	687	638	701	708	459
		640	532	515	546	567	336

注：1. 箱当たり円。昭和32年産。

2. 両農協とも，中小都市出荷がほとんどである。

3. 市場平均価格は「りんご現況報告書」による。