



Nagoya City University Academic Repository

学位の種類	博士（経済学）
報告番号	甲第1655号
学位記番号	第64号
氏名	西田 郁子
授与年月日	平成30年3月26日
学位論文の題名	事業システムとしての農業産地の分析
論文審査担当者	主査： 角田 隆太郎 副査： 下野 由貴，出口 将人

事業システムとしての農業産地の分析

平成 29 年度 博士論文

平成 29 年 12 月 15 日提出

名古屋市立大学大学院経済学研究科
経営学専攻

学籍番号 143656

西田 郁子

目次

序章 研究の背景と研究目的	1
第1節 日本の農業の現状と研究目的	1
第2節 農業産地の特性	2
2-1 農産物の性質	2
2-2 生産量と品質の管理	3
第3節 本論文の構成	3
第1章 産業集積に関する先行研究	4
第1節 外部経済に関する研究	4
第2節 柔軟な専門化に関する研究	6
第3節 産業集積内の分業構造、分業調整	7
第4節 産業集積におけるシステム・制度の研究	8
第5節 地域産業の事業システム	9
第6節 先行研究の限界と示唆	13
第2章 事例分析で検討すべき点	16
第1節 リサーチクエスションの導出	16
1-1 地域産業（加護野 2007）と本研究における農業産地の比較	16
1-2 リサーチクエスション	21
第2節 分析単位	21
第3節 分析の視点	22
第3章 研究方法	23
第1節 事例として取り上げる産地の選択理由	23
第2節 生産性の評価指標：主業農家率	23
第3節 調査実施状況	25
第4章 産地の分析	27
第1節 産地の概要	27
1-1 ウメ産地の概要	27
1-2 茶産地の概要	29
1-3 ウメと茶の性質の比較	31
第2節 ウメ産地の分析	34
2-1 顧客による農業経営者の育成の制度	35
2-2 産地内における競争の促進と抑制	36
2-3 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット	39
第3節 茶産地の分析	41
3-1 顧客による農業経営者の育成の制度	42
3-2 産地内における競争の促進と抑制	45
3-3 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット	48

第4節	分析結果のまとめ	49
4-1	顧客による農業経営者の育成の制度	49
4-2	産地内における競争の促進と抑制	50
4-3	長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット	51
第5章	考察	53
第1節	顧客による農業経営者の育成の制度	53
第2節	産地内における競争の促進と抑制	54
第3節	長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット	55
第4節	まとめ	57
終章	インプリケーションと今後の課題	60
第1節	インプリケーション	60
第2節	今後の課題	61

序章 研究の背景と研究目的

第 1 節 日本の農業の現状と研究目的

農業は、人間が生きるための「食」を生み、雇用と所得を生み出し、さらには環境保護の機能を持つ。地域社会は、人間の生活の場であり、地域文化に基づく「食」の生産が行われている。地域経済において農業をはじめとする一次産業の割合は、都市部と比較して高い。例えば本研究で調査対象とした和歌山県のみなべ町においては、就業人口の約 7 割が梅干産業に携わっていた¹。

また、農業は土地と自然に根ざしており、地域特性を持つ。農業に従事する農業生産者も土地に根ざしており、農村社会で労働し生活している。これら農業と地域は互いにプラスに作用し、農業を活性化することで地域も活性化すると考えられる。さらには、食料の安定供給を確保するためにも、日本の地域において農業が産業として自立し、かつ、持続可能なシステムを確立する必要がある。

農業は気象条件や農地の土性などの地理的条件など、自然環境に大きく影響を受ける。そのため、一次生産段階のみで、需要の変動に応じて品質や供給量を完全にコントロールするのは困難である。自然環境の影響を受けることによる供給量・品質の変動は、農業生産者にとっても、農産物を原料として利用する最終製品製造業者にとってもリスクとなる。それらのリスクをどのように産地内プレーヤー間で分担するかが重要である。

直近で 210 万戸強ある日本の農家のうち、農業所得が半分以上を占める「主業農家」は 30 万戸に満たない。一方、農地が 30 アール未満で年間の販売額が 50 万円未満の「自給的農家」は 80 万戸を越す²。産地は継続していても、農業が産業として自立していない産地が多くみられる。こうした日本の農業の弱さは、地理的な要因のみではなく、産地内における利益の分配やリスクの分担がうまくいっていないのではないかと考えられる。

さらに、国内で一年間に消費される食の総額は 80 兆円に上るが、この中で最大の供給ルートとなっている加工食品（約 5 割）に係る経費の内訳を見ると、農業生産者の所得となる国内生産で賄われている原料食料費は経費全体の約 1 割にすぎない³。このことから、食品産業で得た経済効果を農業生産者が積極的に取り込めていない可能性がある。

一方、産地が継続し、かつ、農業が専業として成立しているような、和歌山や静岡といった産地もある。これらの産地では、どのような要因がその優位性に寄与しているのだろうか。

このような問題意識のもと、本研究においては、産地として継続し、かつ、産地内の農業が専業として成り立っている地域の、他の産地にはない特徴を比較分析することによって、

¹ 地方公共団体 D インタビュー（2013 年 9 月 2 日実施）

² 農林水産省「2015 農林業センサス」

³ 農林水産省が産業連関表（平成 12 年）を基に試算。加工食品以外のルートとしては、生鮮食品として直接消費者に販売されるもの、外食産業へ提供されるものがある。

農業産地の持続可能性を高めるためのメカニズムを、経営学の視点から明らかにすることを研究の目的とする⁴。

また、本研究においては、地域産業のなかでも農作物の生産が行なわれている日本の産地（日本の農業産地）を分析の対象とする⁵。

農業を対象とした学術的な議論は、農業政策（神門 2006，加瀬 2008，横山 2008，田畑 2008）や農業経営の第三者継承（山本・梅本 2009；2012，島 2015）、流通論における業態に焦点を当てた、垂直的な関係に関する議論（藤島・安倍・宮部・岩崎 2009）が主となっており、産地内のプレーヤー間関係については議論されていない。

第2節 農業産地の特性

農業産地の特性に大きな影響を与えるのは、そこで取り扱われる財が生物であるということである。生物であるために、その形質は遺伝子（DNA）によって規定され、生まれた後は自然環境に影響を受ける。本節では、このような農業産地の特性を整理する。

2-1 農産物の性質

農業産地で取引される農産物（財）は生物である。生物の形質には、遺伝により親から子に伝達される形質と、生物が生れたのちに、外界の影響によって得る形質がある。同じ遺伝情報を有する同一品種の種子からは、遺伝的に同じ製品（農作物）が生成される。Watson(1987)によれば、遺伝情報は遺伝子（DNA）によって、次世代（親から子）に伝達される。この DNA は、工業製品という設計図に該当するものであり、生物の形質を変更するためには、DNA の改変が必要となる。そのため、生産現場において需要に応じ、柔軟に製品の仕様を変更することは、非常に困難であるといえる。産地ごとに、その地域に伝統的に伝わる品種を用いて生産していることが多い。

このように、製品の形質は DNA によって決定されるため、生産者の技術や能力が品質に与える影響には限界がある。そのため、農業技術の面で中核となる組織やヒトが存在しない。後述する伝統産業と比較すると、茶やウメの生産（一次生産）に係る技能の伝承のための人材育成の産地の優位性への影響は相対的に小さいと考えられる。

本研究の分析対象であるウメ産地や茶産地における農業生産（一次生産）においては、伝統産業において指摘されるような、産地独自の様式や技能といった、伝統的に受け継ぐべき高度な技術は存在しない。生物である農産物の形質は DNA によって規定されており、ウメの場合、需要者は、同一品種であれば、個体間差はあるものの、基本的には同じもの

⁴ 経営学の視点では、「産地」とは一つの産業を中心に多くの関連業種で構成される地域的な広がりにとらえる。産地は多くの同業者と関連する産業の集積で形成され、それらの業者はさまざまな取引を通じて物品を産出し、顧客に届けるための分業関係にある。（山田(2013)，pp. 2-3.）

⁵ 本研究において農業産地とは、農業とその関連業種の集積によって形成されている産地を指す。

ととらえている。茶については、その品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受けるため同一品種でもその品質は異なる。しかしながら、それは自然環境に影響をうけることによる違いであり、その産地の独自の様式や技能に由来するものではない。

2-2 生産量と品質の管理

生物である農産物は生れたのちに、外界（自然環境）に影響を受ける。農作物の栽培には自然条件としての気候、地勢、環境などが大きな制約条件となる（堤 2013）。吉田(2015)は、農産物は成長をある程度抑制したり促進したりできるものの、成長を完全にストップし、都合の良いタイミングで再度成長（生産）を再開することはできないと指摘している。さらに、再生産までのリードタイムがほかの製造業に比べて長いのも特徴のひとつである。例えば、1年1作の水田作や果樹作では最低でも1年、苗を植え替えることになれば数年間は生産できない状態が続くことになる（吉田 2015）。農産物は、生物であるため「ばらつき」が生まれ、生産量の20%程度は規格外として廃棄の対象となることも珍しくない。工業では当たり前に行われる計画生産や品質管理が農業では難しい（堤 2013）。すなわち、農業生産者は、自身が生産する農産物について、必要とする品質のものだけを必要な量だけ生産させるといった調整は困難である。

また、豊作の年においては、農業生産者は販売先の確保が困難となり、不作の年においては、農産物を原料利用する最終製品製造業者は原料である農産物の確保が困難となる。一次生産段階において供給量や品質を完全にコントロールするのは困難であり、これら供給量の変動は、農業生産者の所得に大きく影響を与える。特に豊作の年は価格競争のみに委ねた場合、農業生産者の所得は極端に低くなる。このように、自然環境の影響を受けることによる供給量・品質の変動は、農業生産者にとっても、農産物を原料利用する最終製品製造業者にとっても不確定要因となる。

第3節 本論文の構成

本論文の構成は以下のとおりである⁶。まず、第1章では産業集積（産地）に関する先行研究のレビューを行う。続いて、第2章では、先行研究における議論と農業産地の特性を踏まえ、本研究における分析の視点を明示する。第3章では、研究方法として、事例として取り上げる産地の選択理由と生産性の指標を明確にする。第4章ではウメ産地と茶産地の調査結果を整理した上で産地の比較分析を行う。第5章では、分析結果の考察を行う。終章では、分析結果の考察をもとに、理論・実践的インプリケーションと今後の課題について議論する。

⁶ 第4章の第2節の2-2及び同第3節の3-2は西田(2016)に、第4章の第3節は西田(2015)に一部修正を加えたものを用いる。

第1章 産業集積に関する先行研究

本研究で分析の対象とするウメ産地については、大西・辻・橋本(2001)や 橋本・大西・辻・藤田(2005)が、みなべ・田辺地域におけるウメ産業の、生産（農業）から、加工（食品加工業）、消費（卸、小売業）に至るまでの流通実態や各流通段階における担い手の役割について詳細な調査を実施している。さらに、則藤(2011)は、ウメ産地をフードシステムととらえ、その分析法の検討を行っている。小西(2011)は、みなべ・田辺地域における農協を中心とした需給調整の課題を提示している。茶産地については、加納(2010)や加納・納口(2009; 2010; 2012; 2014; 2016)が、茶の流通実態を詳細に調査した上で、その担い手の役割や存立要件について議論している。大越（1974）は、日本の茶生産と流通の歴史について詳細に記している。いずれも、産地内プレーヤー間の関係や、リスクの分担、利益の分配については議論されていない。

一方、伊丹（1998）によれば、「産業集積」とは、1つの比較的狭い地域に、相互の関連の深い企業が集積している状態のこととしており、農業生産が行われている産地は、農業とその関連業種の集積によって形成されていることから、農業産地も一種の産業集積と捉えることができる。そこで本章では、経営学の領域における産業集積に関する先行研究のレビューを行う。地場産業を含むこれまでの産業集積に関する先行研究においては、静態的な見方を中心としたものであったが、先進的な研究(山田・伊藤 2008; 2013 他)では、事業システムの概念に依拠し、産地を事業システムととらえ、その存続のメカニズムについて議論している。

産業集積に関する既存研究として、第一に、外部経済（Marshall 1920）の概念を扱った研究をとりあげる。外部経済の考え方は、多くの産業集積研究の基礎になっている。第二に、大量生産体制を代替するものとして産業集積を位置づけた、柔軟な専門化(Piore and Sabel 1984)に関する研究をとりあげる。第三に、集積内の分業構造および分業調整に関する研究を検討する。第四に、集積内の産業システムや制度に着目した研究を検討する。最後に、人間間、企業間の利益の分配、リスクの分担という制度的枠組みに焦点を合わせた地域産業の事業システム（加護野 2007）に関する研究をとりあげる⁷。

第1節 外部経済に関する研究

特定地域における経済主体の地理的な集中がもたらす経済効果に着目したのが、外部経済に関する研究である⁸。これらの研究は産業集積の経済上・競争上の一般的意義に着目

⁷ 加護野・山田(2016)は、日本のビジネスシステム研究には、地場産業や伝統産業、長寿企業などまでも含めた多様なビジネスを対象とする研究の蓄積があるとし、それらの研究でも、人間間、企業間の利益の分配、リスクの分担という制度的枠組みに焦点を合わせているとしている。(加護野・山田(2016), p. 7.)

⁸ 経済主体の活動が他の経済主体に与える影響を外部経済効果と呼び、その効果が、外部効果の受け手にとって好ましいものであれば外部経済と呼ばれる。(『経営学大辞典（第二版）』1999)

している。

Marshall (1920)は産業の地理的集中による経済効果を指摘した。Marshall (1920)では、ある特定地域に気候、土壌、鉱物資源などの伝統的な生産要素の比較優位が存在し、これらの要素が宗教的、政治的、経済的な要因と相互に絡み合っ​​て産業の局在化という現象が生じるとする。そして、Marshall (1920)は、集積の場において、技術や知識がスピルオーバーし、地域における学習が進み、良い仕事が正​​当に評価され、機会、生産工程、ビジネス組織に関する発明と改善が即座に取り上げられ、自らの提案と結合することによってさらにアイデアの源泉となる、というサイクルが展開されるため、持続性があると指摘している。これらの産業集積に関する洞察は、学習、文化、技術革新などの視点を包含している。これに対して、Weber (1909)は、運送費や労働費といった単なる地理的な優位性と企業が集まること自体から得られる優位性とを明確に区別して産業集積の発生を論じている。

Porter (1990; 1998)は、国際的に成功している産業に属する企業がひとつの国や国内の同じ地域に集中していることが多いことの理由について論じている。そこでは、国の競争優位を規定する要因として、要素条件（投入資源）、需要条件、関連・支援産業、企業の戦略・組織・ライバル間競争があげられ、これらの4タイプの立地に基づく競争優位をダイヤモンドの形でまとめると、それぞれの部分よりもさらに重要なダイナミックなシステムができあがるとする⁹。適切な機関等による結びつきがあれば、立地による4つの競争優位は大きな効果を発揮する。内部での競争が活発なら、専門的なスキルや技術の集積が培われるし、たくさんの競合他者が存在すれば、大学、研修業者といった地域の機関がその業界特有のニーズに適応し、応援してくれるようになる。地域での競争が活発なら、供給業者の業界も形成され、改善される。

また、特定分野の関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関（大学、規格団体、業界団体など）が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態をクラスターと呼んだ¹⁰。金井(2003)は、ポーターによるクラスター概念提唱の意義について、次のように評価している。①地理的な制約のある知識を集積の競争力の基盤になる要素として捉えている。これまでの集積研究では、容易に入手できる標準的な投入資源や技術だけが、集積の比較優位の要素として協調されていた、②単に企業だけでなく、研究機関や大学等の多様な知識社会における組織を、集積を構成する主体として包含した。③集積の効果として、イノベーションの意義を指摘した、④集積内部の協調関係だけでなく、イノベーションを中心としたクラスター内の激しい競争の意義を明確にした。

また、ポーターのクラスターの概念を用いて藻谷(2002)や斎藤(2007)は農業産地の分析を行っている。

⁹ Porter (1998), pp. 261-270.

¹⁰ Porter (1998), p. 67.

第2節 柔軟な専門化に関する研究

次に、柔軟な専門化（Piore and Sabel 1984）に関する議論を検討する。Piore and Sabel (1984)は、今日の経済活動の衰退は、大量生産体制に基づく産業技術発展モデルの限界によって引き起こされたと述べている。そして、Piore and Sabel (1984)は大量生産体制に代替するものとして、産業集積を位置づけている。大量生産方式をとってきた産業は、産業諸国から低開発諸国へ移動し、その後には、ハイテク産業と、伝統的な技術と高度な技術の合体によって息をふきかえした工作機械、服飾、履物、繊維などの伝統的な企業があちこちにあつまっていると指摘する¹¹。これらの地域では、小規模企業が緩やかに結びついて、集積内部で柔軟な専門化が実現されるクラフト的な生産体制が形成され、現代の技術や市場の変化にも対応していることを指摘した。柔軟な専門化のシステムにおいては、技術革新能力を維持するための主体間の調整メカニズムが求められるとする。具体的には、柔軟な専門化の連合体における企業間の調整機能（ミクロ調整機能）として、柔軟性と専門化の結びつき、参加の制限、技術革新を促進するような競争の奨励、技術革新を阻害するような競争の制限などの条件を提示している。

伊丹(1998)は集積が継続する理由として、集積の柔軟性をあげている。集積全体としての柔軟性とは、1 つは、全体で多様な需要に機敏に応えられることであり、もうひとつは新しい範疇の需要に対応できることである。前者は、既存の技術、既存の分業単位（ひとつひとつの企業）を組み合わせることで最終的にできることの多様性を確保することである。後者は、既存の分業単位の組合せの工夫によって可能になる場合もあるし、あるいは、新しい分業単位が生まれるという新陳代謝が集積内におきることによってなされる場合もあるとしている。

これらの先行研究で特に強調されてきたのが、分業によって細分化された専門的能力を持つ企業群である。彼らの持つ技術・技能が企業という組織の枠を超えて結びつくことにより、需要の変化に合わせた柔軟な専門化という効果を生み出すということが明らかになっている。

田中(2010)は、岡山ジーンズ産業の優位性の存続要因として、産業集積の柔軟性を重視している。田中(2010)は、岡山ジーンズ産業集積内における企業間の生産ネットワークの全体像を把握し、集積が長期に持続することを可能としたメカニズムを分析した。岡山のジーンズ集積の中では、複数の企業、取引先が交錯し合う広範な分業ネットワークが形成されていた¹²。各自社ブランド企業が取引をしている専門企業が重複しており、それにより各自社ブランド企業の分業ネットワークは飛び地として存在するのではなく、集積全体のネットワークが形成されていた。当該集積内ネットワークにおいては、部分ネットワーク（各自社ブランド企業を中心とした比較的強い関係をもつ、より有機的な個別ネットワーク）における自社ブランド企業と専門企業との密接な相互作用を通じて、市場ニーズに

¹¹ Piore and Sabel (1984), p. 356.

¹² 田中(2010), p. 80.

あった製品を柔軟に提供する一方で、全体ネットワーク（広範なネットワーク）によって集積全体としての生産規模を確保していた。前者については、リンケージ企業（自社ブランド企業）が持つ需要情報と専門企業が持つ技術情報とが、両者の取引に伴う相互作用を通じて結びつき、柔軟な専門化という優位性を生み出している。自社ブランド企業は、多くの専門企業の技術・能力を組み合わせるといったよりはむしろ、特定の専門企業との間の共同開発を通じて情報共有・学習を繰り返すことで、市場ニーズにあった製品を柔軟に市場に提供している¹³。これらのことから、技術と人を媒介し、人と人、組織と組織、文化と文化を連結させるような商人的リンケージ企業の内生的発展が、産業集積の優位性の存続の要因ではないかという仮説を導き出している¹⁴。

第3節 産業集積内の分業構造、分業調整

産業集積には大企業も含まれるが、一般には中小企業の集積として論じられることが多い。そして、産業集積の内部には、中小企業間の分業構造が存在している。山崎(1977)は、地域産業の社会的な分業体制に注目し、各々の産地に埋め込まれた分業構造の違いから地場産業の特徴を以下のとおり指摘した。1) 地場産業の存立形態が多種多様であること（規模の経済性の欠如）、2) 生産の部分的工程を専門に担当する専門業者が存在すること（生産工程の技術的な分離可能性）、3) 生産の分業体制の扇の要的な地位に位置する、統括者としての産地企業が存在すること、4) 社会的分業体制が小資本による新規参入を容易にするシステムであること、5) 社会的分業体制がリスクを最小限にとどめる危険分散的な機能をもっていること、6) 細分化された生産工程を担当する専門業者や家庭内職群が産地内の多数派を占めること、7) 社会的分業体制の持つ小回り性、弾力性が時代に適応した製品構成を形成するのに一役買ったこと。これらは、地場産業において発生している集積の効果を示していると考えられる。

このような産業集積内における分業構造は、取引コストの観点から分析されている¹⁵。取引コストとは、取引の成立する条件を探すための調査・交渉の費用、取引条件の契約を作成する費用、取引相手に契約を遵守させる費用である。産業集積における分業構造のもとでは、メンバー間の分業調整が煩雑になる。需要の変化に柔軟に対応するためには、分業している企業の組み合わせを変化させなければならないからである。このような企業の組み合わせが頻繁に変化すると、取引コストが増大する恐れがある。このため、多くの研究が柔軟性をもつ分業構造がうまく機能するためには、取引におけるガバナンスが機能する必要があると指摘している。

伊丹(1998)は、産業集積内の分業構造に焦点を当て、産業集積が継続していく論理を考察している。伊丹(1998)は、産業集積が継続していく直接的な理由として、次の2つを

¹³ 田中(2010), p. 84.

¹⁴ 田中(2010), p. 85.

¹⁵ 取引コストの議論については、Williamson(1975;1979;1991)等を参照。

あげている。一つは、集積の外部から外部市場と直接的な関係をもって需要を搬入する企業（需要搬入企業）が存在することである。需要搬入企業は、集積の内部にあってそのなかでの分業の調整に一定の役割を果たす場合もあるし、集積の外部から集積地の生産物を受け取るだけの場合もある。もう一つは集積地の諸企業が外部からの需要の変化に対応する柔軟性を群として保ち続けられることである。産業集積地全体として、外部から搬入される新しい需要に応えられる能力をもつことで、需要が継続して搬入されるのだ。

二つの理由のうち、後者には集積地の技術蓄積の深さ、分業の調整の容易さ、創業の容易さの3つの条件がある。3つの条件は1つのセットとして揃っている必要があるとされるが、そのためには外部市場の情報との接触が多い人が、集積に深く組み込まれており、企業の上に濃密な情報の流れと共有があることが重要となる。

集積の内部と外部との間では、技術情報に関する非対称性が存在する、そのため、集積内部の技術情報と外部の需要情報をつなぐ役割（需給のコーディネート機能）をもつ企業が存在する（高岡 1998）。高岡（1998）は産業集積で作用する需給接合のメカニズムの本質について、質的な需要変動に生産がフレキシブルかつ効率的に対応する点にあるとし、その質的な需給接合の役割を担う「リンケージ企業」の重要性を主張している。

また、取引主体の行動情報についても、集積の内部と外部には情報に非対称性があり、取引主体の機会主義的行動をガバナンスする仕組みが必要である。高岡（1998）は、その機能を取引ガバナンス機能と呼んでいる¹⁶。

さらに、Saxenian(1994)は、シリコンバレーにおいてフォーマル、インフォーマルなフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションの機会が、信用を築くためのコストを削減していると指摘している。

また、山下(1998)は、空間の共有が調整費用の削減に貢献していると述べている。空間の共有を通じて、意味の場が共有され、取引に伴う情報の非対称性が削減されるからである。

これらの議論はすべて、取引コスト論に基礎を置くものと考えられる。企業間の分業調整や取引ガバナンスが有効に機能しなければ産業集積は崩壊するというものである。

第4節 産業集積におけるシステム・制度の研究

Piore and Sabel(1984)の流れを受け継ぎながらも、産業集積のシステムや制度について分析したのがSaxenian(1994)である。

Saxenian(1994)は、産業集積のシステムや制度について分析し、地域の組織や文化、産業構造、企業の内部構造の3つの側面から成り立つ「地域産業システム」という概念を提示した。具体的には、アメリカのハイテク産業における、シリコンバレーとルート128の

¹⁶ すべての人間は悪いと認識していても自己の利益を追求する可能性があり（機会主義）、取引交渉時に相手の出方に対して、自己が持っている情報を選択的に開示したり、開示を拒んだり、さらに歪曲して自己の立場を有利に展開する（Williamson1975）。

比較により、地域ネットワークの上に構築された産業システムのほうが、実験や学習が個別企業の中に閉ざされている産業システムより柔軟で技術的にダイナミックであるとしている。そして、その優位性は組織の構造に起因し、技術や企業規模に左右されるものではないと指摘している。このことは、ある場所に特定の産業の集積が発生したからといって、それらがすぐさま集積としての優位性を保証されているわけではないことを示唆している。

加藤(2006; 2009)は、東大阪市の金型産業の存続要因として、制度的慣行の重要性を指摘している。加藤(2006; 2009)は、関西の東大阪地域を基盤とする金型産業を対象に調査し、その産業集積の分業構造の特徴から産地の生き残りを可能にする要因を分析した。東大阪の取引構造は水平的な分業の構造であり、同じような技術をもって同じ用途市場に特化した中小企業を中心とする、仲間型の取引ネットワークが形成されている。そこでは企業が緩やかに連帯し、時には仕事を回しあいながら需要の変動に対応していた。仲間型取引ネットワークが需要変動へのバッファという機能を果たしていると同時に、その形成プロセスにおいては不況型創業（倒産・廃業あるいはリストラクチャリングによって、放出された人々が自己雇用のために創業すること）を通じて、仲間型ネットワークの構成メンバーを入れ替えることによって、中・長期的に存続してきた。この取引ネットワークを維持してきたための、地域の暗黙的なルールや慣行は、ネットワーク全体を崩壊に導きかねない同業者の過当競争を防ぎ、金型産業の企業家の独立や創業という地域の企業家の再生メカニズムに影響を及ぼしていた。仲間型の取引ネットワークというコミュニティ的な結びつきと地域の社会的な牽制機能が、企業家の再生メカニズムの基礎となっていたとしている。

第5節 地域産業の事業システム

事業システムとは、もともと経営戦略論の用語であり、「経営資源を一定の仕組みでシステム化したものであり、どの活動を自社で担当するか、社外のさまざまな取引相手とのあいだに、どのような関係を築くか、を選択し、分業の構造、インセンティブのシステム、情報、モノ、カネの流れの設計の結果として生み出されるシステム」（加護野・井上 2004）と定義される¹⁷。事業システムはさまざまな要素の関連によって構成され、本質的に模倣困難なものであるがゆえに、企業の長期的な競争優位の源泉になりうるとする。したがって、その設計、すなわち、自社が価値連鎖上のどのような活動を担い、その活動を担当する取引先とどのような関係を築くかの決定が、企業の存続、発展の鍵になるとされる。

さらに、加護野(2007)では、地場産業や伝統産業の事業システムを対象とし、人間間、企業間の利益の分配、リスクの分担という制度的枠組みに焦点を合わせている。すなわち、過剰な競争を抑制することによって、新たな利益（イノベーション）を生み、同時に、過剰な競争というリスクも回避することができる。このような仕組みが組み込まれた人材育成の仕組みに重点を置きながら議論されている。

¹⁷ 加護野・井上(2004), p. 37.

加護野(2007)は、地域産業の事業システム分析の意義を以下のとおり指摘している。日本の地域産業には、最終顧客に価値を届けるための組織間ならびに諸個人の協働と競争のルールの集合体（制度や慣行）としての事業システムがある。産業固有の問題に対応するため、産業が必要とする人材を育成し、それらの人材を真剣に仕事へ取り組ませる制度と慣行をつくり出してきたのである。その制度や慣行には、長きにわたって1つの産業を生き残らせてきた強靱さがあり、その強靱さの背後には地域産業を支えてきた人々の叡智が凝縮されているのである。そのような日本の伝統的な産業の事業システムから学べることは多いと指摘する。

そして、地域産業の事業システムの特徴を「最終顧客に価値を届けるための企業間、個人間の協働を律する制度や慣行」ととらえ、京都花街の置屋の人材育成などの事例から、地域産業の事業システムを考察するための視点として①技能者の人材育成の仕組み、②経営者の育成、③競争の促進と抑制、④長期継続的なアウトソーシングの4点を提起している。

先進的な研究（山田 2013 他）では、陶磁器産地を事業システムととらえ、地域産業の事業システム（加護野 2007）の概念に依拠し、人間間、企業間の利益の分配、リスクの分担という制度的枠組みに焦点を合わせ（加護野・山田 2016）、産地の存続メカニズムを議論している。

山田・伊藤(2008；2013)と出口(2017)は、事業システムの概念に依拠して陶磁器産地を分析している。事業システムの概念に依拠することで、陶磁器産地の分業構造は、単に価値の配分や企業間の競争と協調をめぐるゲーム論的な駆け引きの場としてではなく、産地の技能伝承や人材育成のメカニズム、それらと表裏をなす産地の構成員間の切磋琢磨を促進する仕組みが組み込まれている場として捉えている¹⁸。以下に、陶磁器産地の有田、京都を分析した山田・伊藤(2008)、信楽を分析した山田・伊藤(2013)、東濃地域を分析した出口(2017)における議論を整理する。

5-1 陶磁器産地 有田、京都の事例(山田・伊藤 2008)

山田・伊藤(2008)は、数百年にわたって存続し続けてきた有田と京都という2つの陶磁器産地を分析対象として、とくに産地内のヘゲモニーのありかたの違いに注目し、それぞれの産地の独自性と優位性が形成、維持されてきたメカニズムを論じている。有田や京都のような陶磁器産地は、窯元を中心に独自に開発・継承されてきた伝統工芸技術、モチーフや様式としてのデザインコンセプトなどによって産地の独自性が生み出されている。

有田は、人材育成の仕組みが二重構造となっており、産地の価値を維持する伝統工芸技術継承の核となる窯元とそれ以外の窯元とが棲み分け、過剰な競争を忌避している産地である。有田焼産地では、機能統合型の柿右衛門窯が産地のヘゲモニーをもち、一子相伝の当主・作家を中心に窯元組織内で技能を伝承しており、職人の外部への流動性はほとんど

¹⁸ 山田・伊藤(2013), p. 6.

ない。これに対して、同様に産地のヘゲモニーをもつ香蘭社と深川製磁、およびその他の窯元には人的流動性がある、産地の人材供給源となっている。そして、産地の存続には、中核となる窯元が伝統工芸技術の継承と新機軸の担い手となっていることと、産地のなかでデザインコンセプトに共通性のあるバリエーションはつくるが、本当の模造品は作らないという不文律が必要なのであると指摘している。歴史的な経緯から過当競争による品質低下を懸念して産地の競争力の維持には努めるものの、自他共に認める伝統工芸技術継承のリーダー的な機能統合型窯元と、産地の製品づくりにおける品質維持と方向付けを担ってきた量産型窯元を中心として、窯元間での過剰な競争を忌避するような不文律が作りだされ、それが機能してきたのではないだろうかとしている。

一方、京都は産地のヘゲモニーをもつ窯元がいなく、自己完結型の小規模な窯元が主流であり、京焼のように独自のデザインコンセプトと技法をもとに、どの窯元も小さなリーダーになろうとして切磋琢磨して競争している産地である。京都は、消費地内産地という特殊性が産地の特徴の基盤となって、オーダーメイド的な少量生産の事業システムの成立自体が過当競争を排除し、同時に窯元に切磋琢磨を求める仕組みとなっているといえる。京焼は消費地向けに少量生産しているが、その一方で長い歴史的な関係に裏打ちされた顧客の要望と趣向に合わせたデザインコンセプトや技法をもとに、顧客と同業者の「顔のみえる」市場を形成している。顧客への価値提供の考え方は大量生産による価値創造とは対極をなし、その影響の濃淡はあるが、作家から職人まで認められる。自己完結型の窯元が、伝承されてきたデザインコンセプトや技法に固執せずに自由に製作し、産地全体として顧客を呼び込むための多様なデザインコンセプトや技法の開発をになっているとしている。

両地域ともに、窯元は他者の真似をしないという不文律があり、それが同質的な競争を回避し、過剰でない競争を維持している。そして、産地としての存続を支えてきたとする。

5-2 陶磁器産地 信楽の事例(山田・伊藤 2013)

山田・伊藤(2013)は陶磁器産地の信楽を分析対象とし、自律的・能動的な窯元の企業家活動及び産地の分業構造の変化と産地の存続との関連について議論している。

独自の様式や技法を持たない信楽産地では、先導的な窯元が自らの判断によって生産品目と生産技術を転換することで、産地の分業構造の分化という変化を生み出した。この転換期において窯元は、能動的な行動姿勢で生産品目や生産技術に関する既存の慣行を逸脱し、それまでの経営の起動を変更した。また、先代から受け継いだ窯と技法・技能を継承する意識の強い窯元が多く、問屋の影響力は弱い、産地内での過剰な競争は抑制されていた。

明治維新から昭和 30 年頃までの信楽は、登り窯による火鉢の製造を主軸とする分業構造をもつ産地であった。昭和 30 代に石油・ガス・電気の暖房器具が普及し始めると、火鉢の需要は急速に減少し始める。そして、昭和 31 年に信楽陶器工業協同組合による共同販売制が導入され、生産調整が開始された。これを機に、生産品目や生産技術の変化が起こっ

た。そのなかで、単一製品を中心として量産化を図った窯元はすべて破綻する。一方で、新たな生産技術・技能の導入と多様な品目の生産に転換した窯元は存続する。

信楽焼産地の分業構造の分化は、環境変化に対する創造的な反応によって、能動的な行動をとった窯元の企業家活動が契機となって生み出されたのではないかと推論している。ここでいう企業家活動とは、すなわち、自らの資金力や規模を前提にして、他者に先んじてリスクをとり、生産品目と技術の選択を主体的に行ってドメインを変え、建材や観光需要などの従来の信楽焼になかった新たな顧客ニーズに応じていった窯元を指す¹⁹。このような企業家活動を見本とし、それに追随する窯元が続いたのではないだろうかとしている。そのプロセスでは、産地の社会的な牽制機能が産地内の収奪的競争を回避させる役割を果たした。牽制機能とは、例えば、信楽の窯元で重視されている「作品の評価をしあうことはあっても、お互いのモノづくりの現場へは足を運ばない」といった模倣による収奪的な競争を回避する不文律である²⁰。

以上のとおり、信楽では、危機的な環境変化に対する共同販売制の導入を契機として、先導的な窯元の自律的・能動的な行動姿勢による企業家活動が、産地の分業構造の分化を生み出した。加えて、共同体的な性格の強い風土と、収奪的な競争を避ける不文律が、産地の社会的な牽制機能として産地の存続に寄与したとしている。

5-3 陶磁器産地 東濃地域の事例(出口 2017)

出口(2017)は、東濃地域と山田・伊藤(2008)で分析対象とされた有田及び京都との比較により、それぞれの地域に特有の事業システムの決定要因を議論している。そこでは、明治以降に急速に発展、拡大をとげ、日本最大の陶磁器産地となった東濃地域の特徴と強みは、地域の企業家と需要搬入者の影響で形成されたととらえている。東濃地域は、日本の陶磁器産業全体が大きな転換にさらされることになる幕末から明治初期の段階では、独自の様式、技法が生み出されることはなかった。陶磁器生産に適した燃料、原材料と地形にめぐまれた安価な日用品の産地という位置づけである。

そのような特徴を有する東濃地域の発展、存続のプロセスにおける要因として、出口(2017)は、「①自然的、地理的要因に恵まれたこと、②独自の様式や技法をもたなかったこと、③需要搬入者によって厳しい競争権利がもちこまれたこと、④その一方で、産地内において窯元の行動を制御するようなルールが失われたこと、⑤これらの結果として、伝統や旧来の習慣にとらわれることなく、新規参入者をふくめて内部の窯元が積極的に新たな取り組みを試すことができたこと」の5つをあげている²¹。

そして、これらの東濃地域の発展、存続プロセスと有田や京都、信楽のそれを比較することにより、主に以下の3つの点を指摘している。

¹⁹ 山田・伊藤(2013), p. 11.

²⁰ 山田・伊藤(2013), p. 12.

²¹ 出口(2017), p. 47.

第一に、産地の存続を可能にする事業システムには多様性があることを指摘し、その中で、山田・伊藤(2008)や山田・伊藤(2013)、山田(2013)が有田や京都、信楽の事例で重視した過剰な競争を抑制する不文律は、東濃地域のケースでは産地の存続に不可欠なものではないことが示されたとしている。

第二に、個々の産地に特有な事業システムは、それぞれの産地の競争優位（劣位）に係しているとしている。有田や京都のような独自の様式や技法をもたないものの、自然的地理的条件で優位な東濃地域では、その強みをいかす「自由競争による淘汰と革新の仕組み」が組み込まれた事業システムが産地の拡大、発展、存続に貢献したとしている²²。

第三に、個々の産地の事業システムには、それぞれ長所と短所があるとしている。自由競争による淘汰と革新の仕組みを組み込んだ事業システム（東濃地域）には、産地全体で多種多様な需要に対応し量的な拡大をもたらしたが、一方で競争力の源泉となる独自の技法や様式は生まれにくいという短所があるとしている²³。

第6節 先行研究の限界と示唆

外部経済の考え方を基礎におく産業集積研究では、企業が地理的に集中することの利点が明らかにされてきた。しかしながら、産業集積が、なぜ、どのようにして存続してきたのかという問題は十分に解明されていない。そもそも、外部経済の議論では、産業集積を動態的に分析することを目的にしていないのである。

次に、柔軟な専門化に関する研究では、分業構成群のそれぞれの企業の異なる技術・能力の組み合わせによって、需要の変化に合わせた柔軟な専門化により集積の優位性が生まれるという点が強調されてきた。しかし、日本の農業産地においては、産地内の農業生産者は意図して同じ作物の同じ品種を生産するという特性があり、産業集積論で指摘されている「異なる技術の組み合わせ」で優位性が発揮されるという状況が、日本の農業産地にあてはまるとは考えにくい。

集積内の企業間分業の構造や調整に焦点を当てた研究は、その多くが取引コスト論を基礎とし、機会主義的行動の抑制という観点から取引ガバナンスについて議論されている。企業間の分業調整や取引ガバナンスが有効に機能しないかぎり、産業集積は崩壊してしまうというものである。そしてその調整の役割を担うのが、伊丹(1998)や高岡(1998)が指摘するリンケージ企業や需要搬入企業である。農業産地でも、リンケージ企業や需要搬入企業をもたらす、情報の濃密な流れは重要と考えられるが、キープレーヤーとなるべき中核企業や者が本研究で分析対象とする農業産地には存在しない。

産業集積におけるシステム・制度に関する研究については、Saxenian(1994)では、地域の文化・規範からの考察もなされている。加藤(2006; 2009)は、仲間型の取引ネットワークというコミュニティ的な結びつきと地域の社会的な牽制機能に言及しており、これら

²² 出口(2017), p. 50.

²³ 出口(2017), pp. 50-51.

の地域のシステムや地域の暗黙的なルールや慣行に着目した研究は、農業産地の検討にも参考になるものである。産地内のプレーヤー間のリスクの分担や利益の分配に、暗黙のルールや慣行などが関与している可能性は十分考えられる。

最後に、地域産業の事業システム(加護野 2007)については、先進的な研究(山田・伊藤 2008 ; 2013 他)では、この概念を産地の分析に援用している。加護野(2007)では、過剰な競争をリスクととらえていると考えられる。産業では、競争が過剰になる危険が常に存在する。競争が過剰であると、どの業者も利益を得るのが難しくなり、産業に優秀な人材をひきつけることができない。競争激化の理由は、育成した人材がライバルになる可能性である。お互いが利益を得ることができなければ、技術や技能の伝承やイノベーションは行えなくなり、産業の活力が奪われてしまう。そのため、同じ土俵で競争しなくても済む工夫、差別化が必要である。この問題を回避するため、いくつかの土着産業では、技能者の参入による過剰な競争を防ぐための不文律がつくられているとする²⁴。

山田・伊藤(2008) や山田・伊藤(2013)、山田(2013)は、有田や京都、信楽の事例において過剰な競争を抑制する不文律の存在を重視している。一方で、出口(2017)は、東濃地域のケースでは過剰な競争を抑制する不文律は産地の存続に不可欠なものではないことが示されたとし、自然的地理的条件で優位な東濃地域では、その強みをいかす「自由競争による淘汰と革新の仕組み」が組み込まれた事業システムが産地の拡大、発展、存続に貢献したと指摘している。

さらに出口(2017)は、有田と京都の事例では、産地レベルの伝統の継承、保護、発展が可能であるという長所がある反面、個々の窯元の創造的な活動や量的な拡大を阻害するという短所があるとしている²⁵。このことから、競争の不文律は、必要以上に競争を排除してしまいうという危険性をもつことを示唆しているのではないだろうか。完全に競争を排除してしまうことは産地の持続可能性に寄与しないといえる。競争の促進と抑制をいかにコントロールするかが産地の存続の鍵となるといえる。

加護野(2007)では、過剰な競争をリスクととらえているが、序章で述べたとおり、農業は競争のリスクだけでなく、自然環境に影響を受けるというリスクもある。農業産地においては、取引される財が生物であることに起因し、陶磁器と比べると計画生産や品質管理が困難である(表 1)。これらの農業の特性を踏まえ、次章において地域産業(加護野 2007)と本研究で分析対象とする農業産地の比較を行う。

本研究においては、農業産地を事業システムとしてとらえる。なぜなら、事業システムという概念は、最終的にはプレーヤー間の関係性の問題に帰着するからである。産地は多くの同業者と関連する産業の集積で形成され、それらの業者はさまざまな取引を通じて物品を産出し、顧客に届けるための分業関係にある(山田 2013)。すなわち、産地とは多くの価値連鎖が組み合わさったもので、その価値連鎖は取引先とどのような関係を築くかの決定によって規定される。そして、産地というシステムに埋め込まれた1つ1つの価値連

²⁴ 加護野(2007), p. 116.

²⁵ 出口(2017), p. 50.

鎖は、プレイヤー間の関係をどのように築くかという問題に帰着するのである。

表 1 農業産地と陶磁器産地の比較

	陶磁器産地 (山田・伊藤 2008 他)	農業産地 (本研究)
取引される財	生物でない (陶磁器)	生物
財の形質を決定するもの	原材料や職人に代々継承される技術	遺伝子 (DNA)
計画生産	需要に応じて生産量や生産する時期を管理することができる	成長を完全にストップし、都合の良いタイミングで再度成長 (生産) を再開することはできない (吉田 2015)
品質管理	中核となる窯元が伝統工芸技術の継承と新機軸の担い手となり、過当競争による品質低下を懸念して産地の競争力の維持に努める (山田・伊藤 2008)	個体間差あり。必要な品質のものだけを生産するのは困難。

(出所) 筆者作成

第2章 事例分析で検討すべき点

本章では、産地の存続メカニズムを産地において農業が産業として自立していることを重視し議論しようとした場合の、先行研究の限界と示唆について検討する。そして、本研究におけるリサーチクエスションと分析の視点を提示する。

第1節 リサーチクエスションの導出

1-1 地域産業（加護野 2007）と本研究における農業産地の比較

加護野(2007)では、地域産業の事業システムを考察するための視点として①技能者の人材育成の仕組み、②経営者の育成、③競争の促進と抑制、④長期継続的なアウトソーシングの4点を提起している。ここでは、それぞれの視点を本研究で分析対象とする農業産地にあてはめて議論しようとした場合の、限界と示唆について検討する。表2に、上記の4つの視点に関する先行研究における議論と本研究において分析すべき視点を示した。

1-1-1 技能者の人材育成の仕組み

第一に加護野(2007)は、地域産業の事業システムを考察するための視点として産業を支える技能者、すなわち、製造、販売、用益の提供など実際のしごとに取り組み人材の育成について指摘している。地域産業では少人数の疑似家族的集団で技能が伝承され、技能者は先輩技能者によるOJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)を通じた徒弟制度的な訓練で教育されると指摘する。

京都、有田を分析対象とした山田・伊藤(2008)では、技能者の人材育成の仕組みに重点が置かれている。それは、当該産地で扱う財は、伝統工芸品であり、産業の中核となる技術者が独自に開発・継承されてきた伝統工芸技術、モチーフや様式としてのデザインコンセプトなどによって産地の独自性が生み出されていることが理由として考えられる。それらの高度な技術やデザインコンセプトを継承し、改良を加えることのできる産地の担い手を育成するには、手間がかかるのである。よって、人材育成の仕組みの良し悪しが産地の優位性に影響すると考えられる。

一方、東濃地域を分析対象とした出口(2017)は、東濃地域には伝統的に受けつがれてきた独自の様式や技能は存在していないと指摘し、その弱みの克服と需要搬入社の多様かつ大量の需要に早急に対応するために、積極的な機械化に取り組み、人材育成に手間をかけることなく、多くの窯元が需要に応じて柔軟に同じような製品をつくることのできるようになったとしている。これらのことから、技能者の人材育成の重要度は、その産地に独自の様式や技能が存在するかどうかに関係していると考えられる。

本研究の分析対象であるウメ産地や茶産地で取り扱う財は、農産物であるため、製品の

形質はDNAによって決定される。ウメについて需要者は、同一品種であれば、個体間差はあるものの、基本的には同じものととらえている。茶については、その品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受けるため同一品種でもその品質は異なる。しかしながら、それは自然環境に影響をうけるための違いであり、その産地の独自の様式や技能に由来するものではない。生産者の技術や能力が品質に与える影響には限界がある。陶磁器産地の有田と京都（山田・伊藤 2008）に比べると、技能の伝承のための人材育成の産地の優位性への影響は相対的に小さいと考えられるため、本研究においては、経営者から後継者に引き継がれる技術や経営より、農業生産者（経営者）が顧客との関係から学ぶことの方を重視する。

1-1-2 経営者の育成

第二に加護野(2007)は、経営者、すなわち、技能者を動かして経営する人材の育成について指摘している。経営者の多くは血縁関係のある家族、あるいは技能者集団のなかから生まれる。とりわけ経営者の育成については、技能や知識だけでなく基本的な考え方や仕事に取り組む姿勢としての「精神の伝承」の重要性が強調されている。また、地域産業の経営者の育成には、直接的もしくは間接的に顧客がかかわっており、顧客が育成の担い手になっていると指摘する。顧客による企業育成の利点は、企業の問題をはやく見つけ、必要なフィードバックを行うことができる。顧客は、育成しようとする経営者候補に厳しい要求をしていくというメリットがある。顧客による企業の育成については、継続的な取引関係にある顧客が日常の取引を通じて、企業経営に関する情報を得ることで、問題点の早期把握と必要なフィードバックを実現できるが、そのなかでも厳しい目をもつ顧客が企業の育成に大きな影響を与えうるのである。

陶磁器産地を分析した山田・伊藤(2008)は、京都は、産地のヘゲモニーをもつ窯元がいなく、自己完結型の小規模な窯元が主流であり、京焼のように独自のデザインコンセプトと技法をもとに、どの窯元も小さなリーダーになろうとして切磋琢磨して競争している産地であるとする。京焼は消費地向けに少量生産しているが、その一方で長い歴史的な関係に裏打ちされた顧客の要望と趣向に合わせたデザインコンセプトや技法をもとに、顧客と同業者の「顔の見える」市場を形成している。自己完結型の窯元が、伝承されてきたデザインコンセプトや技法に固執せずに自由に製作し、産地全体として顧客を呼び込むための多様なデザインコンセプトや技法の開発をになっているとしている。

農業産地において農業生産者が農協に販売委託した場合、農協は組合員である生産者の製品を区別して販売しないため、農業生産者は、自分の製品が誰に販売されたかを把握することはできない。一方、顧客であるメーカーと直接長年に取引を継続する農業生産者は、加護野(2007)が指摘するように、メーカーが取引先である農業生産者の問題をはやく見つけ、必要なフィードバックを行うことができる。

1-1-3 競争の促進と抑制

第三に加護野(2007)は、過剰でない競争状態の維持の重要性を指摘している。産業では、競争が過剰になる危険が常に存在する。競争が過剰になると、どの業者も利益を得るのが難しくなる。利益を得ることができなければ、産業に優秀な人材をひきつけることができない。

加護野(2007)は、競争激化の原因として以下の2点を指摘している²⁶。1つは、育成した人材がライバルになる可能性である。この問題を回避するために、いくつかの土着産業では、過剰な競争を防ぐための不文律がつくられており、過剰な競争とならないような工夫がなされている。

競争が過剰になるもう一つの原因は、業界の強者である。強者は、業界の棲み分けのルールを破っても制裁を受けないだけの力をもっている。このような強者の力を制御しなければ、競争は持続しない。しかし、強者の力の抑制は難しい。そこで、土着産業では、強者に業界のリーダーという地位を与えることによって、社会的地位を高め、全体の利益を考えざるを得ないような立場につけるという手段を生み出したと指摘している。

伝統産業において、「技能者の人材育成の仕組み」と「競争の促進と抑制」は密接に係っている。人材を育成することによって、新たな競争相手を生み出すというリスクが生じるが、競争の不文律によって過当競争を回避しているのである。先進的な研究(山田・伊藤 2008; 2013 他)では、産地の分析に事業システムの概念を援用している。そこでは、過剰な競争をリスクをととらえている。競争激化の理由は、育成した人材がライバルになる可能性である。過剰な競争を防ぐために不文律がつくられているとする。

農業は競争のリスクだけでなく、環境リスクもある。すなわち、生産過程において自然環境が製品に与える影響である。したがって、これらの2つのリスクをとどのように産地内で分担しているかという視点が必要である。最終製品製造業者の農業生産者に対する長期継続的なアウトソーシングが、これらのリスクの分担に関与している可能性がある。

1-1-4 長期継続的なアウトソーシング

第四に加護野(2007)は、地域産業の多くでは、アウトソーシング(業務を社外の業者に委託する方式)が行われており、しかも、外部の業者との取引が長期継続的に行われているのが日本の特徴であるとし、地域産業が長期継続的なアウトソーシングという方式を用いるのは、それがいくつかの利点を持っているからであると指摘している²⁷。

第一の利点は、企業の伸縮自在性を高めることができることである。伸縮自在性を高めた事例として、灘における醸造石数の変動への対応をあげている。灘は、年々の醸造石数の変動に対応していかなければならないという宿命を背負っていた。通貨でもあった米の

²⁶ 加護野(2007), p. 117

²⁷ 加護野(2007), p. 115

流通量を安定化させるために酒造りが利用されていたからである。豊作の年には、酒造りが奨励されたが、不作の年には厳しい制限が設けられたのである。このような変動に対応するには、酒造のアウトソーシングが不可欠であると指摘している。

第二の利点は、個々の事業者が狭い分野に特化することによって、分業の利益を実現できることである。分業によって、業界全体の生産性を高めることを可能とする。

第三の利点は、アウトソーシングは、競争を通じて個々の事業者の真剣さを引き出すことができることである。

一方、加護野(2007)は、アウトソーシングにはデメリットも存在すると指摘している²⁸。重要な業務をアウトソースしてしまうと、その業者に生殺与奪の力を握られてしまう危険がある。それを避けるために、業者間の競争が不可欠であり、業者間の競争を生み出すために、顧客は供給業者を育成するとする。

伝統産業を分析対象とした実証研究では、長期継続的なアウトソーシングの具体的な機能については言及されていない²⁹。しかし、有田や京都、信楽といった陶磁器産地では、技術や技法までも真似たコピー商品をつくらず、当事者間での収奪的な行動を避けるという競争の不文律が埋め込まれ、産地でのモニタリングと自生が働くことで、組織間協働における信頼担保の土壌がつくられており、そのうえに産地の協働と人材育成の仕組みが構築されていた(山田 2013)。これらは、長期継続的な取引関係の構築をもとにした組織間協働のシステムが前提となる。

加護野(2007)では、灘における醸造石数の変動への対応を例にあげ、長期継続的なアウトソーシングのメリットとして、企業の伸縮自在性を高めることができることを指摘している。灘では、通貨でもあった米の流通量を安定化させるために酒造りが利用されており、年々の醸造石数の変動に対応していかなければならないという宿命をせおっていた。豊作の年には、酒造りが奨励されたが、不作の年には厳しい制限が設けられたのである。このような変動に対応するには、酒造のアウトソーシングが不可欠であったと指摘している。

取引コスト論においては、不確実性が高いとき、企業内取引が最も効率的であるとする(Williamson 1975)。取引コスト論においては、市場、企業内部双方において成立する「取引」を基本的分析単位とし、市場取引(外部から購入する)と企業内取引(自社で製造する)との間の選択に必要な要因について論じられてきた。取引費用とは、市場での取引機会を探索し情報を収集する費用、交渉を行い合意に到達する費用、取引を監視し、強制する費用、などの総称である。Williamson によると人間の諸特性(「限定合理性」、「機会主義」)を前提とし、環境的要因(「資産特殊性」、「取引頻度」、「不確実性・複雑性」)によって規定された市場と組織それぞれにおける取引の総費用を、企業は比較し、費用の少ない方の取引を選択する(Williamson 1975; 1985)。すなわち、市場での取引において、不確実性・複雑性が高い場合は、市場での取引コストがかかりすぎるので、取引相手の事業を自社内に組み込んでコントロールすべきということなのだ。

²⁸ 加護野(2007), p. 115.

²⁹ 長期継続的なアウトソーシング(長期継続的な取引)の機能に関しては、日本の自動車産業を対象とした研究で様々な議論がなされている(藤本 1998, 伊藤・マクミラン 1998, 真鍋 2016)。

農業は環境に影響を受けるため不確実性が高いにも関わらず、最終製品製造業者は農業生産を垂直統合せず、農業生産者との長期の取引を選択する傾向にある。これは、企業の農地保有には法的な制約があることがひとつの要因であると考えられるが、制度上の問題だけが要因なのだろうか。加護野(2007)が指摘するように、アウトソーシングが不確実性に対応するという機能を有しているにとらえるべきではないか。

表 2 先行研究における議論と本研究における分析の視点

	先行研究における議論	本研究
技能者の人材育成の仕組み	<ul style="list-style-type: none"> ・「本当の模倣品をつくらない」「他の真似をしない」→産地全体の技能の伝承、蓄積と発展、産地内の過剰な価格競争を抑制(山田・伊藤 2008) ・独自の様式や技法を持たない信楽焼産地では、共同体的な風土、それにもとづく競争回避の不文律が産地の存続に大きく寄与(山田・伊藤 2013) 	<ul style="list-style-type: none"> ・産地独自の様式や技能といった、伝統的に受け継ぐべき高度な技術は、存在しない →技能者の人材育成の産地の優位性への影響は相対的に小さい
競争の促進と抑制	<ul style="list-style-type: none"> ・自然的地理的条件で優位な東濃地域では、その強みをいかす「自由競争による淘汰と革新の仕組み」が組み込まれた事業システムが産地の拡大、発展、存続に貢献(出口 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> ・競争のリスクだけでなく、環境リスクも存在。これらのリスクをどのように産地内で分担しているか
経営者の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・自己完結型の窯元が、顧客と同業者の「顔の見える」市場を形成し、自由に製作し、産地全体として顧客を呼び込むための多様なデザインコンセプトや技法の開発をになっている(山田・伊藤 2008) 	<ul style="list-style-type: none"> ・農協に販売委託する場合、農業生産者は自分が生産した製品が誰に販売されたかを把握することができない ・農業産地においても、顧客との「顔の見える」関係が農業経営者を育成すると予想される
長期継続的なアウトソーシング		<ul style="list-style-type: none"> ・長期継続的なアウトソーシングが何らかの機能を有しているのではないか ・長期継続的なアウトソーシングに、供給変動(品質及び供給量)に対応する仕組みが組み込まれているのではないか?

(出所) 筆者作成

1-2 リサーチクエスション

本研究の目的は、産地の持続可能性を高めるためのメカニズムを明らかにすることである。本研究においては、産地が継続しているだけでなく、産地において農業が産業として自立していることを重視する。上記を明らかにするため、産地内の農業が専業として成り立っている地域とそうでない地域の比較分析により、何が成否を分けたのかを議論する。本研究の分析対象とするみなべ・田辺地域や静岡は、ともに産地として継続し、産地内の農業が専業として成り立っている地域である（詳細は、第3章で述べる。）。福井県若狭町と三重を比較対象とする。先行研究における議論を踏まえ、以下のとおり本研究の課題を設定する。これらの議論を経て、本研究の目的の達成を目指す。

- ・競争のリスクの偏在は産地の持続可能性に寄与しないと考えられる。競争のリスクが偏在しないためには、農業生産者が経営者として自立することが重要と考えられるが、各産地の経営者の育成の仕組みにどのような違いがあるのか。
- ・過剰でない競争状態の維持は産地の持続可能性に寄与すると考えられるが、各産地の競争の促進と抑制の仕組みにどのような違いがあるのか。
- ・農業は競争のリスクだけでなく、環境リスクもある。すなわち、生産過程において自然環境が製品に与える影響である。各産地の環境リスクの分担の仕組みにどのような違いがあるのか。短期的な利益追求ではなく、産地全体の利益を最大化するには、短期的には自己の利益を犠牲にすることも必要と考えるが、自己利益を第一にする機会主義的行動をどのようにして抑止しているのか。

第2節 分析単位

本研究で取り上げる日本の農業産地におけるプレイヤーたちは、様々な取引を介してつながり、その取引は個別の企業の価値連鎖にとどまらず、それぞれの取引が相互に関連しあいながら、固有のシステムを形成している。個別の企業の価値連鎖のみならず、様々な取引の組み合わせにより産地全体として機能しているのである。

産地内の農業生産者は同じ作物を生産するが、農業は自然環境に影響を受けるため、非意図的な品質のばらつきや、供給量の変動が生じる。単一組織や一次生産段階のみで、需要側の要求に応じて、品質や供給量を完全にコントロールするのは困難である。この問題を、産地を構成する組織間でどのように補完しているのかという視点での分析が必要である。日本の農業産地では、供給量の変動や非意図的な品質のばらつきを、産地内で補完しあうようなシステムを構築できているかどうか、産地の優位性を左右しているのではないかと考える。そのため、本研究における分析の単位は個々の企業ではなく、産地を構成する組織を含めた産地全体とする。

第3節 分析の視点

加護野(2007)では、地域産業の事業システムを考察するための視点として①技能者の人材育成の仕組み、②経営者の育成、③競争の促進と抑制、④長期継続的なアウトソーシングの4点を提起している。この4点のうち、本研究では②経営者の育成、③競争の促進と抑制、④長期継続的なアウトソーシングの3つの視点で分析する。

技能者にかかる人材育成については、伝統産業において指摘されるような、産地独自の様式や技能といった、伝統的に受け継ぐべき高度な技術は存在せず、技能の伝承のための人材育成の産地の優位性への影響は相対的に小さいと考えられるため、議論の対象としない。

②経営者の育成については、農業産地においても、顧客との「顔の見える」関係が農業経営者を育成するという現象が想定される。そのため、メーカーと農業生産者の直接の取引において、どのような問題解決やフィードバックがなされているかを確認する。本研究においては、農業生産者にとっての「顧客」を、農業生産者の販売先である梅干加工業者や仕上茶加工業者ととらえる。

③競争の促進と抑制については、農業には競争のリスクだけでなく、環境リスクもあるため、これらの2つのリスクをとどのように産地内で分担しているかという視点が必要である。農業産地においては、農業生産者間の競争メカニズムが作用しづらいが、適度な競争は必要であると予想される。

④長期継続的なアウトソーシングについては、アウトソーシングが不確実性に対応するという機能を有していることが予想されるため、長期継続的なアウトソーシングがどのような機能やメリットを有しているのかを分析する。

第3章 研究方法

本研究においては、産地が長期継続し、かつ、産地内の農業が専業として成り立っている地域としてウメ産地の和歌山みなべ・田辺地域（紀州南高梅）、茶産地の静岡（静岡茶）を取り上げ、事例研究を行う。比較対象として、「福井県若狭町（福井梅）、三重（伊勢茶）」を取り上げる。これらの産地の比較分析を行うことによって、何が産地の優位性に寄与したのか、農業産地の持続可能性を高めるための要因を明らかにすることを試みる。

第1節 事例として取り上げる産地の選択理由

ウメ産地については、「和歌山みなべ・田辺地域（紀州南高梅）」と「福井県若狭町（福井梅）」を取り上げる。両産地ともに、ウメ産地の起源は江戸時代に遡るが、ウメの生産や加工が一つの産業として生成するのは、明治以降、特に、軍需用保存食品としての需要の高まりがきっかけである。その後、ウメの需要量の増加に対応して生産基盤を確立し、両産地において生産量が増加した。生産量の増加とともに、若狭町においては、生産者団体を組織し、青ウメの共同販売体制が確立されていたのに対し、みなべ・田辺地域においては、産地内の農業生産者、梅干加工業者、産地仲買人による分業体制が確立されていた。

茶産地については、「静岡（静岡茶）」と「三重（伊勢茶）」を取り上げる。両産地とも、緑茶の商取引が開始されたのは江戸時代に遡る。静岡では、産地内の農業生産者、仕上茶加工業者、斡旋商による分業体制が確立されている。三重では、農業生産者は荒茶（原料茶）の販売を農協に委託している³⁰。

このように、同じ作物を生産する産地でも、構造上の違いがある2つの産地を取り上げ、比較分析を行なう。とりわけ、みなべ・田辺地域と静岡は他の産地にはみられない特徴があり、それが産地の優位性に寄与していると予想された。

加えて、作物選択にあたっては、地域資源による影響を極力排除するため、まとまった耕地が確保できない中山間地でも生産可能な作物であることを考慮に入れて作物を選択した。米や大豆、麦のような肥沃でまとまった耕地面積を必要とする土地利用型の農業と違って、ウメや茶は、まとまった耕地が確保できない中山間地においても栽培が可能である。

第2節 生産性の評価指標：主業農家率

次に本研究では、産地の生産性の指標として、主業農家率を用いた³¹。「主業農家」とは、

³⁰ 荒茶とは、収穫した茶の生葉を蒸し・冷却した後、強い力で揉みながら熱風で乾燥させたもの。（社団法人静岡県茶業会議所 2010, p. 6.）

³¹ 主業農家とは農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、1年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の者がいる農家。主業農家率とは、販売農家に占める主業農家の割合。販売農家とは経営耕

農業所得が半分以上を占める農家を指す。直近で 210 万戸強ある日本の農家のうち、「主業農家」は 30 万戸に満たない。一方、農地が 30 アール未満で年間の販売額が 50 万円未満の「自給的農家」は 80 万戸を越す。この数字だけをみても、日本の農業の弱さが読みとれる。国内で一年間に消費される食の総額は 80 兆円に上るが、この中で最大の供給ルートとなっている加工食品（約 5 割）に係る経費の内訳を見ると、農業生産者の所得となる国内生産で賄われている原料食料費は経費全体の約 1 割にすぎない。これらのことから、産地が長期継続していても、または、生産量が伸びているからといって、そこにいる生産者が農業で生計を立てていけるとは限らないことが読み取れる。

そのため、産地が長期継続していることに加え、産地が生み出した経済効果を農業生産者が積極的に取り込んでいるかを判断する指標として、地域内農業生産者の主業農家率（表 3）を用いた。ウメや茶の生産・販売によってえられた農業所得が高ければ農業で生計を立てていくことが可能となりその結果、主業農家率が高くなると考えられる³²。各産地の主業農家率を比較すると、みなべ・田辺地域は若狭町に比較し、静岡は三重に比較して相対的に高い。本研究では、主業率が相対的に高い、みなべ・田辺地域及び静岡を成功事例として取り上げる。

地面積が 30 アール以上または調査期日前 1 年間に於ける農産物販売金額が 50 万円以上の農家。主業農家は 1985 年より後に定義されたものであるため、1985 年以前は、専業農家（世帯員中に兼業従事者が一人もいない農家）及び第 1 種兼業農家（自家農業を主とする兼業農家。兼業農家とは、世帯員中に兼業従事者が一人以上いる農家）数を用いて算出した。販売農家は 1985 年より後に定義されたものであるため、1985 年以前は総農家数を用いて算出した。1 戸の農家が複数の作物を栽培している可能性はある。また、茶や梅を栽培していない販売農家も存在するため、茶または梅栽培農家が半数以上を占める地区を抽出して主業農家率を算出している。

³² ウメ（白梅干）や茶（荒茶）の生産額の統計が存在しないため、生産額と主業農家率の関係を確認することはできないが、果樹の生産農業所得（農林水産省「生産農業所得統計」ウメ以外の所得も含まれる可能性はある）とウメ生産農家数（農林水産省「農林業センサス」）から 1 農家あたりの所得を算出した結果、みなべ・田辺地域は 1985 年 381 万円、1995 年 741 万円、2005 年 467 万円となっている。若狭町については、1985 年 171 万円、1995 年 75 万円、2005 年 153 万円。これらのことから農業所得と主業農家率は関係を有すると判断した。

表 3 各産地の主業農家率の推移

		1950 年	1975 年	1985 年	1995 年	2005 年	2010 年
ウメ 産地	みなべ・田辺地域	78%	55%	63%	50%	59%	51%
	福井県若狭町	55%	25%	25%	21%	16%	15%
茶 産地	静岡	55%	53%	47%	38%	35%	31%
	三重	48%	28%	26%	21%	24%	20%
全国		78%	38%	38%	26%	22%	22%

(出所) 農林水産省「農林業センサス」から筆者作成

第 3 節 調査実施状況

関連する先行研究や文献・資料、統計データのレビューとともに、上記 4 産地のウメ産業及び茶産業関係者に対して聞き取り調査を実施した。調査の実施状況を表 4 に示した（調査期間 2013 年 6 月～2017 年 8 月、23 組織、37 時間）。現地訪問調査での聞き取りは、主に産地内の青ウメ及び白梅干、荒茶の流通構造やそれぞれの担い手の役割、取引に関連する質問を中心に行った³³。

³³ 白梅干とは、完熟させた実が落ちるのを待って収穫後、1 ヶ月ほど漬込み（塩分濃度 20%）をしたら、3～4 日程度天日干しを行い、干し上がったもの。（紀州田辺うめ振興協議会「紀州田辺の梅」, p. 5.）

表 4 調査の概要

	企業名・団体名	調査日（所要時間）	インタビューの役職
みなべ・田 辺地域	A 梅干業界関係団体	2013. 7. 23 (2h)	副理事長
	B 社（梅干加工業者）	2013. 7. 23 (1h)	代表取締役
	C 農業協同組合	2013. 8. 23 (1. 5h)	審査役
	D 地方公共団体	2013. 8. 23 (1. 5h)	参与
	E 地方公共団体	2013. 9. 2 (3h)	課長
	F 社（梅干加工業者）	2015. 2. 9 (2h)	社長
	G 社（梅干加工業者）	2015. 2. 27 (1. 5h)	専務
	H 社（梅干加工業者）	2016. 8. 24 (2h)	課長補佐
	I 農業協同組合	2016. 8. 25 (1. 5h)	課長
若狭町	J 農業協同組合	2014. 11. 27 (2. 5h)	代表
	K 地方公共団体	2014. 11. 27 (2h)	技術アドバイザー
	J 農業協同組合	2017. 8. 23 (2h)	代表
静岡	L 茶業界関係団体	2013. 6. 21 (1. 5h)	専務理事
	M 茶業界関係団体	2013. 6. 21 (1h)	専務理事
	N 茶業界関係団体	2013. 6. 20 (1h)	専務理事
	O 社（産地茶商）	2013. 6. 20 (1. 5h)	代表取締役
	P 社（消費地茶店）	2013. 7. 22 (1h)	代表取締役社長
	O 社（産地茶商）	2015. 8. 26 (1h)	代表取締役
	N 茶業界関係団体	2015. 8. 26 (2. 5h)	専務理事
	Q 茶業界関係団体	2015. 11. 13 (1. 5h)	理事長
三重	R 農業協同組合	2013. 8. 7 (2h)	参事
	S 農業協同組合	2017. 8. 21 (1h)	代表理事、参事
	T 農業協同組合	2017. 8. 22 (1. 5h)	課長
合計 23 組織、38 時間			

(出所) 筆者作成

第4章 産地の分析

本章においては、分析対象とするそれぞれの産地の概要を整理した上で、前章で述べた3つの分析の視点「顧客による経営者の育成」、「産地内における競争の促進と抑制」、「長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット」について、各産地の調査結果を整理し、それぞれの項目ごとに比較分析を行う。

第1節 産地の概要

1-1 ウメ産地の概要

みなべ・田辺地域と若狭町の概要を表5に、各産地におけるウメの栽培面積、出荷量の推移を表6に示した。みなべ・田辺地域では、産地内の農業生産者、梅干加工業者、産地仲買人による分業体制が確立されている。若狭町では、生産者団体を組織し、青ウメの共同販売が行われていた。

表5 各産地の概要

	起源	事業者数等
みなべ・田辺地域	江戸時代	出荷量ベースの国内シェア：約50% ウメ栽培農家戸数：約3,400戸 梅干組合加入梅干加工業者：約80社 産地仲買人：約40人※
若狭町	江戸時代	出荷量ベースの国内シェア：約2% ウメ栽培農家戸数：約260戸 梅干加工業者：1社

(出所)農林水産省「農林業センサス2010」、橋本他(2005)、聞き取り調査から筆者作成

(注)※1999年に産地仲買人の有志により結成された紀州梅干仲買人組合の、2005年当時の組合員数。現時点において、当該組合は解散している。(橋本・大西・辻・藤田 2005, pp.139-143.)

表 6 ウメ栽培面積・出荷量の推移

	栽培面積(ha)			出荷量(トン)		
	和歌山	福井	全国	和歌山	福井	全国
1960 年	802	133	8,330	—	—	—
1970 年	1,650	291	15,900	—	—	—
1980 年	1,740	265	15,900	14,521	808	47,300
1990 年	3,480	420	18,700	40,800	1,170	80,400
2000 年	4,660	518	19,000	65,500	1,900	104,500
2010 年	5,630	510	18,000	54,300	963	79,700

(出所)農林水産省「果樹栽培面積累年統計」、「収穫量及び出荷量累年統計」

(注)「—」事実不詳または調査を欠くもの

1-1-1 産地の形成過程

両産地ともに、ウメ産業の起源は江戸時代に遡るが、ウメの生産や加工が一つの産業として生成するのは、明治以降、特に、軍需用保存食品としての需要の高まりがきっかけである。その後、ウメの需要量の増加に対応して生産基盤を確立し、両産地において生産量が増加した。その後、昭和 37 年の酒税法の改正による需要の増加、昭和 42 年に米の生産調整が開始され、水稻からウメへの転作が進み、さらにウメの生産量が増加していった。

戦前より、田辺市は商人の街、みなべ町は農家のまちであったと言われている。みなべ・田辺地域において農業生産者は、生産量の増加に伴い、青ウメの販売だけでなく、自らウメの加工を始め、長期保存が可能な白梅干の製造・販売を行なうようになった。そして、田辺市の商人は農業生産者が製造した白梅干の販売を始めた³⁴。その後、商人が、販売のみでなく、調味梅干の開発・製造（二次加工）を手がけるようになり、これが現在の梅干加工業者の原型であるといわれている³⁵。調味梅干の開発により需要量が増加すると、産地内に農業生産者と梅干加工業者の間で原料梅干の買取販売をする仲買人が増加した。このようにして、みなべ・田辺地域では、産地内に農業生産者、梅干加工業者、産地仲買人による分業体制が確立されていった。

みなべ・田辺地域では青ウメ販売から長期の保存が可能な白梅干の製造・販売へシフトしていったのに対して、若狭町は、現在でも青ウメの販売が主となっている。戦前から京阪・中京の市場における青ウメの評価が高かった若狭町では、消費地卸売市場への出荷に向けて、販売の合理化を図るために生産者団体を組織し共同販売を開始、それが現在まで引き継がれている。

³⁴ 調味梅干が開発される以前は、白梅干が最終製品だった。

³⁵ 梅干加工業者 H 社インタビュー（2016 年 8 月 24 日実施）

1-1-2 梅干の製造工程

梅干の製造工程を図 1 に示した。梅干の製造工程は青ウメの生産（一次生産）と白梅干（原料梅干）の生産工程、梅干（完成品）の工程に大別できる。ウメの収穫には青取り収穫と完熟収穫があり、青取り収穫は青ウメ（生果）として出荷され、消費者や加工業者によって梅干や梅酒などに加工される。一方、完熟収穫は園地にネットを敷き詰め、完熟させた実が落ちるのを待って収穫し、農業生産者がすぐに漬込みを行う（塩分濃度 20%）。1 ヶ月ほど漬込みをしたら、3～4 日程度天日干しを行う。干し上がったものを「白梅干」（原料梅干）と呼んでいる。干し上がった白梅干は品質のグレード・大きさごとに選別し、10kg ごとに専用の樽に詰め、梅干加工業者に出荷される。ここまでが白梅干の製造（一次加工）工程である。その後、白梅干は水で洗浄し、規格に合わない梅干を選別する。そして調味液に漬込み味付けがされる。計量やパック詰め、包装等の作業を経て最終製品が完成する。ここまでが二次加工の工程である。

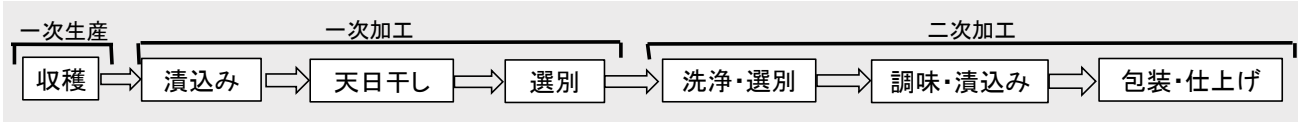


図 1 梅干の製造工程
(出所) 紀州・田辺梅振興協議会

1-2 茶産地の概要

静岡と三重の概要を表 7 に、各産地における茶の栽培面積、荒茶の出荷量の推移を表 8 に示した。静岡では、産地内の農業生産者、仕上茶加工業者、斡旋商による分業体制が確立されている。一方、三重では、農業生産者は荒茶（原料茶）の販売を農協に委託している。

表 7 各産地の概要

	緑茶の商取引開始	事業者数等
静岡	江戸時代	荒茶生産量ベースの国内シェア:約 40% 茶販売農家戸数:約 14,000 仕上げ茶製造業者(県内全国茶商工業協同組合連合会会員):約 400 社 斡旋商:約 40 軒
三重	江戸時代	荒茶生産量ベースの国内シェア:約 10% 茶販売農家戸数:約 1,500 仕上げ茶製造業者:約 20 社

(出所:農林水産省「農林業センサス 2010」、経済産業省「平成 22 年度工業統計」、聞き取り調査から筆者作成)

表 8 茶栽培面積・荒茶生産量の推移

	栽培面積(ha)			荒茶(トン)		
	静岡	三重	全国	静岡	三重	全国
1960 年	20,700	2,590	48,500	45,782	5,044	77,566
1970 年	20,000	3,460	51,600	48,564	6,513	91,198
1980 年	22,500	4,130	61,000	50,100	7,030	102,300
1990 年	23,100	3,980	58,500	44,100	6,620	89,900
2000 年	21,000	3,400	50,400	39,400	7,410	－ ※
2010 年	19,000	3,210	46,800	33,400	7,100	85,000

(出所)農林水産省「作物統計」 ※事実不詳または調査を欠くもの

1-2-1 産地の形成過程

静岡における茶産業の起源は平安時代に遡るが、農業生産者と産地茶商（緑茶メーカー）による分業体制が確立されたのは、明治時代に入ってからである³⁶。明治時代には、現在と同じ茶の製造方法が確立される。輸出向けの国内生産量が増加したことから、茶を機械で加工する技術も開発される。明治初期には、徳川藩士などにより牧之原の大茶園が造成され茶産業が大きく発展した。高度経済成長期到来により国民の購買力が増強し、茶の国内消費量が急速に増加した。この需要増加に対し国内産地はそれまで行っていた輸出向けの生産を内地向けの生産に転換する。大型製茶機が普及し始めた昭和 40 年以降は、大型機を導入した共同製茶工場が多数設立された。これによって製茶工場の統廃合や生葉売りの解消が進められ一次生産と一次加工段階の統合が進み、荒茶製造のほとんどは農業生産者の自製および共同工場によって行われている³⁷。荒茶の取引は季節的に集中するが、農業生産者も産地茶商もそれぞれ、生産作業が忙しく、取引をするために交渉をしている時間がない。そこで、静岡においては両者にかかわって斡旋商が、情報伝達の担い手になるとともに、価格交渉を行う。この斡旋商の機能は仲買人のそれとは異なっており、その数は減少傾向にあるものの、現在においても存続している。

三重における茶産業の起源は平安時代に遡るが、現在と同等の生産規模が確保されたのは、明治時代に入ってからである。明治 17 年には、アメリカやカナダに向けて四日市港から鈴鹿のお茶も輸出されるようになり、また、温暖な気候と西部台地の黒ぼく土壌の耕地条件は茶栽培に適し、その有利性をいかして茶園の面積も増加し、生産拡大が進められた³⁸。

³⁶ 静岡県においては、農業生産者から購入した荒茶を仕上げ茶に加工し、消費地に販売する者は「産地茶商」と呼ばれている。産地再製業者や産地問屋と呼ばれることもある。（加納・納口 2011， p. 2.）

³⁷ 大越（1974）， pp. 68-69.

³⁸ 鈴鹿市ホームページ（農林水産業）<http://www.city.suzuka.lg.jp/gyosei/plan/nousui/index01.html>

さらに、三重においては、昭和 33 年から 47 年にかけて茶専門農協や農協が運営する茶幹旋市場が県内 4 カ所に設立された。近年においては、市場の取扱数量は県内荒茶生産量の約 70%で推移している。

このように、三重において、茶幹旋市場を介した取引が普及した理由として、業界が一致して「伊勢茶」の産地銘柄を市場に広めるために、従来の流通形態から脱しようとする意図があったことがあげられる。従来の流通形態による県外移出量の大半が宇治の間屋に集まり、「宇治茶」にブレンドされていた。大越(1974)は、そのような状況からから脱却しようとしていたから、産地銘柄の確立は産地問屋も望んでおり³⁹、その一環としての販売幹旋所設置は他県に比較すると反対する力は弱かったのではないかと指摘している⁴⁰。(静岡においては、昭和 33 年に茶市場が設立されたが、現在の市場取扱量は県内荒茶生産量の約 10%程度である) このように、県内の産地問屋が理解を示したこともあって茶幹旋市場を介した取引が普及した。

1-2-2 緑茶の製造工程

緑茶の製造工程を図 2 に示した。茶の葉を収穫し、荒茶工場に運ばれた後、鮮度を保ちながら集められた生葉は、蒸気によって蒸され、酸化酵素の働きを止める。そして、蒸された茶の葉の表面の水分を取り除きながら冷ました後、強い力で揉みながら熱風で乾燥させる(水分含量 6%)。ここまでの工程が、荒茶の製造工程(一次加工)であり、一次加工を施したものを「荒茶」と呼んでいる。その後、荒茶は形が大小様々な状態で混じり合っているので、ふるい分け、切断して形を整えた後、さらによく乾燥させる(火入れ)と同時に、独特の茶の香りや味を引き出す(水分含量 2%)。木茎や細かい茎を取り除き(選別)、製品の調整・配合(合組)と均一化をはかり仕上げる。ここまでの工程が、仕上げ茶の製造工程(二次加工)であり、この二次加工を施したものを「仕上げ茶」と呼んでいる。

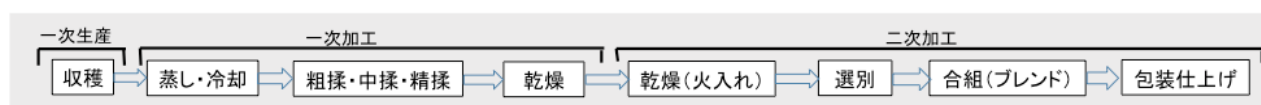


図 2 緑茶の製造工程

(出所)社団法人 静岡県茶業会議所(2010)

1-3 ウメと茶の性質の比較

本研究では、ウメと茶を生産する産地を分析対象とするが、ウメと茶では供給量と品質

³⁹ 三重県においては、静岡の「産地茶商」に該当する者は「産地問屋」と呼ばれている。伊勢茶推進協議会ホームページ, <http://www.isecha.net/index.html> (2015 年 12 月 12 日アクセス)

⁴⁰ 大越 (1974) , pp. 211-212.

に関する性質がそれぞれ異なっており、それらを取引する際に生じるリスクの種類が異なっている。ウメは生産年による収穫量の変動が激しいため、供給量の変動というリスクが生じる。茶の品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受け、規格化が困難であるといわれている。そのため、取引先が必要とする茶の品質を他者が特定しづらいというリスクがある。

1-3-1 供給量

ウメの栽培品種は 300 種以上存在し、それぞれの地域の環境特性にあった品種が選択されている。ウメは開花時期が早い（2 月～3 月）ため、その収穫量は受粉時期の気候に影響を受けやすく、生産年によって収穫量の差が大きい（図 3）。

みなべ・田辺地域では「南高梅」の選抜・育成に成功している⁴¹。南高梅の品種特性としては、同一品種の花粉では、受粉・結実しないため、受粉用に別の品種の受粉樹を南高梅の木と木の間に植えて、ミツバチの媒介により受粉樹と交配させる必要がある。ウメの受粉時期は 2 月であるが、寒い時期にはミツバチの動きが緩慢になるため、着果率は気象条件に大きく左右される。

日本海側に立地し開花期である冬場の積雪量が多い若狭町では、受粉にミツバチは使えないため、同一品種の花粉で受粉・結実する「紅さし」が選択されている。「南高梅」と比べると収穫量の生産年による変動は少ないものの、開花期が真冬であるので、やはり気象条件に影響を受ける。

一方、茶の収穫は 1 年に 3 回行われるため、茶の収量は、1 年 1 作の他の作物に比較すると安定している。

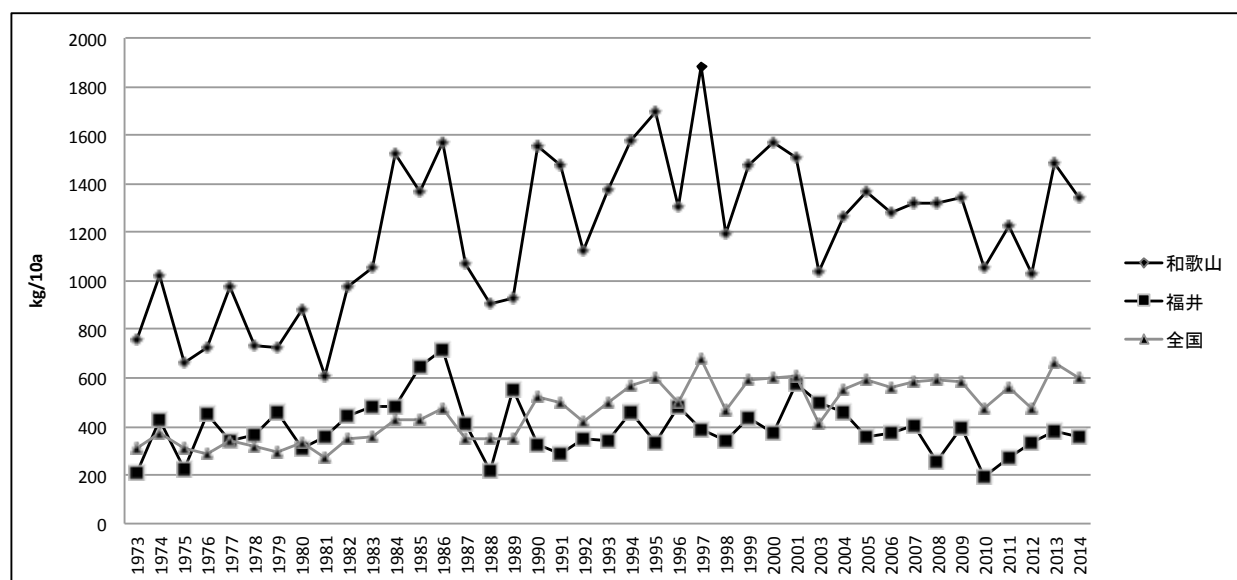


図 3 単位面積あたりのウメ出荷量の推移
(出所)農林水産省「生産出荷統計」

⁴¹ 「南高梅」は、1965 年農林省に名称登録。

1-3-2 品質

農産物は工業製品と違って、品質は均一ではなく、個体間差がある。

ウメの場合も1本の木からは、様々な品質や大きさの果実が収穫される⁴²。また、果実の大きさについては、収穫量が多い年は果実が小さくなる傾向が、不作の年は大玉になる傾向にあると言われている。一般的に、農産物は品質と大きさに基準を設け、農協などの出荷団体ごとに出荷規格が定められている。ウメについても、例えば、みなべ・田辺地域においては、梅干の生産に関わる農家や加工業者で組織する「紀州うめの会」により業界統一の白梅干の出荷規格が定められている。果実の傷や斑点の数、肉肌の柔らかさによって4段階のグレード（A～D）、果実1粒の重さによって7段階（5L～S）の大きさに分けられる。一方、需要者側の梅干加工業者の必要とする白梅干の品質及び果実の大きさは、例えば贈答用ならA級の4Lなどといったように、そのターゲットとしている市場により異なる。

茶の品質（味、色、香り）については、気象と土壌に影響を受け、規格化が困難であるといわれている。静岡や三重は、産地が県内に点在している。茶の品質は気象条件に影響を受けるため同一品種でも、地区によって品質がそれぞれ異なる。さらに、仕上げ茶加工業者の必要とする茶の品質は、販売先小売店のニーズにより異なる。それらのニーズに対応するため、個々の仕上げ茶加工業者においては、例えば、関東向け、東北向けというように、仕向け先ごとに規格を設けている。さらに、人間の五感による感じ方は季節によっても変化する。このため、例えば秋は空気が乾燥するため、少し強めに火入れ工程を行うといったように、季節によっても品質を調整している。このように、それぞれの仕上げ茶加工業者には独自の規格があるものの、業界全体としてみると、味を重視する店や香りを重視する店、見栄えや色を重視する店などが存在し、それぞれ重視する品質が異なるため、リーフ茶の原料としての荒茶には、現在のところ業界統一の規格は存在しない。

表 9 ウメと茶の性質比較

	収穫量（供給量）	品質
ウメ	ウメの収穫は1年に1回 生産年による収穫量の変動が激しい	業界統一規格あり
茶	茶の収穫は1年に3回 茶の収量は、1年1作の他の作物に比較すると安定している	リーフ茶の原料としての荒茶には、業界統一の規格なし 自然環境が品質に与える影響あり

（出所）聞き取り調査により筆者作成

⁴² 具体的には、白梅干の品質は、果皮に斑点や傷害があるかどうかや、皮肌の柔らかさ、果皮のやぶれの有無によって評価される。（紀州梅の選別基準は2001年に紀州梅干PR推進委員会が定めた。）

第2節 ウメ産地の分析

みなべ・田辺地域と若狭町における現在の商流のイメージを図4に示した。みなべ・田辺地域においては主に5つの取引(①農業生産者と梅干加工業者の取引、②梅干加工業者間(同業者間)の取引、③農業生産者と産地仲買人の取引、④産地仲買人と梅干加工業者の取引、⑤農協と農業生産者の取引)が行われていた。2002年8月から2003年7月に橋本他(2005)がウメ生産者を対象に実施した調査結果によると、出荷先別の農業生産者数の比率は表10に示したとおりである。

若狭町において農業生産者は、農協に青ウメの販売を委託している。一次加工を行なう生産者は規模の大きい者のみで、大半の生産者は一次加工を行わず青ウメとして販売する。

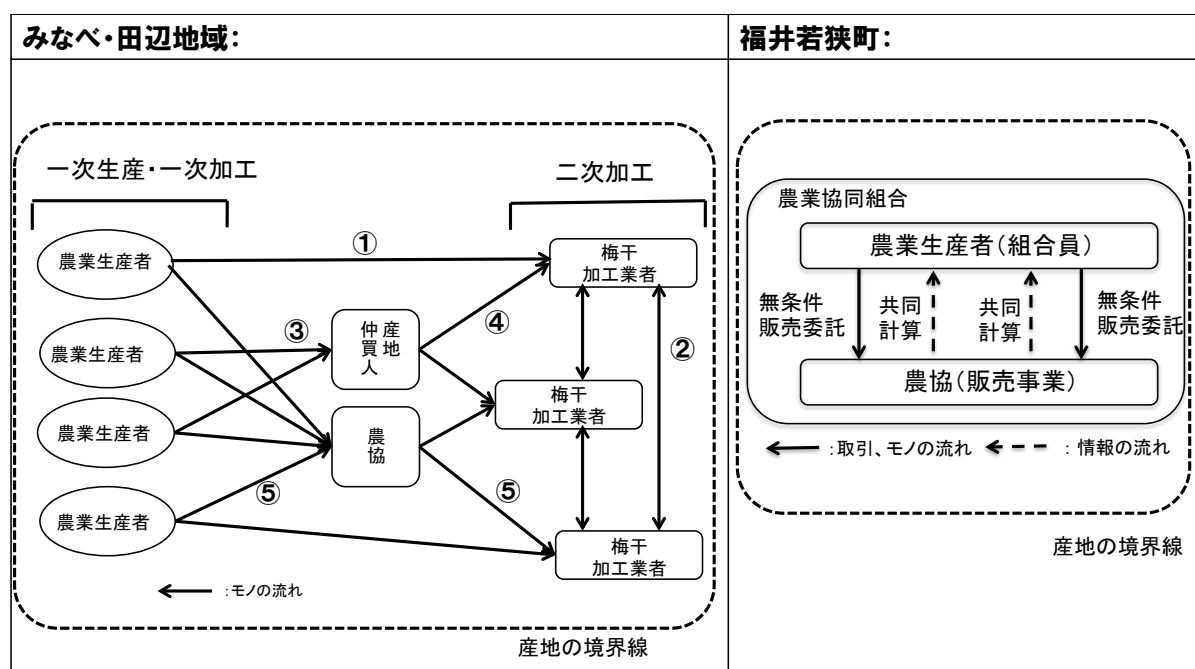


図4 各産地における商流（イメージ図）
（出所）聞き取り調査をもとに筆者作成

表10 みなべ・田辺地域における白干梅の出荷先別農業生産者比率

	①梅干加工業者	③産地仲買人	⑤農協
出荷先別農業生産者比率(n/n)			
みなべ町 (n=181)	38%	60%	3%
田辺市 (n=243)	18%	46%	36%

（出所）橋本他 2005「ウメ生産農家に対するアンケート調査」をもとに筆者作成

（注）調査実施時期については、みなべ町は2002年8月、田辺市は2003年7月に実施。複数回答可。

2-1 顧客による農業経営者の育成の制度

2-1-1 みなべ・田辺地域

みなべ・田辺地域にいて梅干加工業者は、不作の年に備えて豊作不作にかかわらず、なるべく多くの相手（農業生産者、産地仲買人、農協）と取引を継続させたいと考えている。梅干加工業者は、近隣の農業生産者とは、仲介者を介さず、直接取引する⁴³。これにより、農業生産者と梅干加工業者の顔の見える関係が生まれる。

みなべ・田辺地域においては、業界統一の白梅干の出荷規格に基づき、個々の農業生産者がそれぞれ、品質のグレード・大きさごとに選別を行い、10kg ごとに専用の樽に詰め、製造者の氏名を記載したシールを付して、梅干加工業者などに販売する。農協や産地仲買人を介して梅干加工業者に販売される場合でも、製造者が特定できる仕組みである。

農業生産者の取引先である梅干加工業者は、農業生産者から買い取った白梅干の品質のチェックを行なう。農業生産者が A 級の品質として出荷したものであっても、A 級品質のなかに傷があるものが混ざっているなど、取引先が B 級と判断すれば、B 級の価格での買取となる。それが不服ならば、取引しないということになる。みなべ・田辺地域の梅干加工業者 H 社は以下のとおり発言している。

「農家は A 級比率を高めたいので、選別が甘くなる。自社でも品質のチェックを行う。全量チェックする。農家が A 級として出荷したもののでも、自社で傷がみつければ B 級となる。A 級のタルのなかに、B 級のものがポロポロあればタルごと B 級扱いとなる。それがいやなら持って帰ってくれということになる。なので、選別を甘くすることによって、全体の等級が下がってしまうということになる。再選別はできない。」⁴⁴

さらに、白梅干として販売するためには、それなりの品質を維持しないと採算がとれない。塩漬けや天日干しといった一次加工の工程にかかる人件費分が回収できるだけの価格を維持するためには、A 級の品質のものは A 級の評価を受け、相当の価格で買い取ってもらう必要がある。そのために、農業生産者は選別をより正確に行なおうというインセンティブが働く。一次生産段階に依存する製品の品質はコントロールできないとしても、一次加工に係るものはコントロールできる。みなべ・田辺地域において農業生産者は、品質に見合った評価を受けるべく、より品質管理を徹底するようになった。また、その年の相場と採算ラインを考慮して、翌年へ在庫を持ち越すといった方法をとるようになった。みなべ・田辺地域の梅干加工業者 H 社は以下のとおり発言している。

⁴³ 梅干加工業者 F 社インタビュー（2015 年 2 月 9 日実施）

⁴⁴ 梅干加工業者 H 社インタビュー（2016 年 8 月 24 日実施）

「梅干しは出荷しなければ1年でも2年でもおいておける。豊作で1タル5000円だと儲けがでない。豊作の年は、出荷しないで置いて、翌年、不作の年に出荷するというやり方を始めた。・・・そうこうするうちに、みなべ・田辺の農家は、生産したら終わりだというマインドではなくなってきた。商売として人も雇うし、より品質のいいものをと考えるようになった。」⁴⁵

2-1-2 若狭町

若狭町において農業生産者は、農協に青ウメの販売を委託している。一次加工を行う生産者は規模の大きい者のみで、大半の生産者は一次加工は行わず青ウメとして販売する。若狭町における農業生産者と農協の取引は、農協が組合員である農業生産者からの販売委託を受け、一括して農協が実需者に販売するというものである。農協は販売額に応じて一定の手数料を組合員から受け取る。農協の販売事業は、比較的均質で小規模な農業生産者が地域の大多数を占めるという日本の農業の構造を前提とし、農業生産者の生産以外の部分（生産資材の供給、生産物の流通等）をまとめて実施することによってメリットを出すことを目的に、無条件委託販売、共同計算の基本的考え方により運営されている⁴⁶。

農業生産者は自身の生産物の販売については、農協に任せている。よって、顧客と顔の見える取引関係は存在しない。価格が暴落して採算がとれなくても、販売先変更したり、作物の転換を図る、加工を始めるなどといった方策を農業生産者自らがとることはしない。J農業協同組合は以下のとおり発言している。

「あとから、価格を聞いてあれやこれやと言われるが、1年経つと忘れている。」⁴⁷

2-2 産地内における競争の促進と抑制

2-2-1 みなべ・田辺地域

みなべ・田辺地域において、日本の自動車サプライヤー・システムのような中核企業は存在せず、中核企業主導の農業生産者どうしを直接的に競わせるという行動は確認されていない。また、過度な競争を抑制するような不文律も存在しない。仲介者である産地仲買

⁴⁵ 梅干加工業者H社インタビュー（2016年8月24日実施）

⁴⁶ 無条件委託販売とは、組合員である農業生産者が自身の生産物を農協に販売委託する場合、その売る値段、時期、販売先について指定することなく、JAの自由判断にまかせることである。共同計算とは、農産物は同じ品質でも、日別、市場別によって価格差が生じるため、年間を通じて販売された結果の全額をプールして各組合員に単位当たり同一の条件で販売結果を分配することである。農協の販売事業については、農林水産省「農協の新事業像の構築に関する研究会」第1回提出資料を参考にしている。

⁴⁷ J農業協同組合インタビュー（2017年8月23日）

人が農業生産者間競争の促進に、また、農協は競争の抑制に関与していた。

＜競争の促進＞

みなべ・田辺地域において、梅干加工業者は、農業生産者との直接の取引を重視する一方で、流通コストや価格決定のための交渉にかかるコストを削減するため、生産と需要の間に介在する仲介者を介した取引を選択している。仲介者である産地仲買人や農協との取引は、必要な品質のものを、必要量だけ仕入れるには都合がいい。特に、梅干加工業者は量を確保する上で、産地仲買人や農協は必要であると指摘している。取扱量の増加にともない、梅干加工業者が個々の生産者をまわって調達するのには限界がでてきた。梅干加工業者 H 社は以下のとおり発言している。

「量を確保しなければならないが、仲買人は農家との取引の交渉がうまい。10 万なり 20 万円の現金をおいてきて、後の分も全部払ったからといって、そんな買い方をするのは、まさしくブローカー。（中略）個人では、とてもそんな買い方はできない。」⁴⁸

生産量が増加し、スーパーなどの大量消費に対応するには、絶対に量の確保は外せない。梅干加工業者は不作の年に原料が確保できないリスクを避けるために、常に複数の相手と取引を継続したいと考えているが、梅干加工業者が個々の農業生産者と取引できる数には限界がある。そのため、産地仲買人との取引は、産地全体の取引を構成する要素として、不可欠であると考えられる。

仲介者のうち、産地仲買人によって厳しい価格競争の原理が持ち込まれる。産地仲買人は複数の農業生産者から様々なグレード・大きさの白梅干を買取り、それらのうち、それぞれの梅干加工業者が必要とするグレード・大きさの白梅干を必要量確保し、梅干加工業者に販売する。産地仲買人は、モノを動かし仕入れ価格と販売価格の差益で商売しているため、農業生産者の採算ラインは考慮しない。

工業製品でないため、ウメの果実には個体間差があり、様々なグレードのものが生産される。需要側が必要とする品質のものだけを生産させることはできない。そこで、産地仲買人は、農業生産者から供給された異質な財（白梅干）の組合せを、需要側にとって意味のある組み合わせに変換する。さらに、ウメは開花時期が早い（2 月～3 月）ため、その収穫量は受粉時期の気候に影響を受けやすく、生産年による収穫量の差が大きい。豊作の年においては、農業生産者は販売先の確保が困難となり、不作の年においては、梅干加工業者は原料である白梅干の確保が困難となる。みなべ・田辺地域において、産地仲買人は産地内を広く動き、梅干加工業者がどのグレード・大きさのものをどれくらい必要かという需要量に関する情報を収集している⁴⁹。

みなべ・田辺地域において産地仲買人が出現した背景としては、1980 年代における梅干消費

⁴⁸ 梅干加工業者 H 社インタビュー（2016 年 8 月 24 日実施）

⁴⁹ 梅干加工業者 G 社インタビュー（2015 年 2 月 27 日実施）

の増加がある⁵⁰。1980 年代の消費者の健康食品ブームを背景に、梅干加工業者の調味技術が向上し、各加工業者は、それぞれの方法で低塩梅干の開発を開始した。その成果が「かつお梅」（1974 年製造開始）、「味梅」（1977 年製造開始）の開発であった。この製品の開発により、これまでの梅干のイメージを変え、老若男女に受け入れやすい食品となり、その結果、梅干の消費の底上げが可能となった。これらの需要量の増加に対応し、産地内に白梅干の仲買人が増加した。橋本他(2005)が2001年に紀州梅干仲買人組合を対象に実施したヒアリング調査およびアンケート調査の結果によると、各業者がウメの仲買業務を始めた時期は、梅干の需要が急増する 1980 年代以降、とりわけ 90 年代になってから開始した業者が多い⁵¹。

＜競争の抑制＞

農業生産者と農協との取引では、農協は農業生産者が販売を希望する白梅干を全量買取。そして、農協は、梅干加工業者が必要とするグレード・大きさのものを販売する。梅干加工業者にとって農協は、産地仲買人のひとつと捉えられている⁵²。みなべ・田辺地域における農業生産者と農協との白梅干の取引は一般的な農協の共同販売とは異なる。一般的な農協の共同販売が、組合員である農業生産者と農協との販売委託契約であるのに対して、みなべ・田辺地域の白梅干の取引は組合員である農業生産者と農協との売買契約である。一般的な農協の共同販売では、農業生産者は農協に販売を委託し、農協と需要者との取引で決定した価格から農協の手数料を差し引いた額が生産者に支払われる。一方、みなべ・田辺地域の白梅干の取引では、農協は農業生産者から白梅干を買い取るため、その場で農業生産者に支払われる価格を決定し、取引される。農協は生産者ごとに製品を区別して取引するものの、農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

2-2-2 若狭町

若狭町において農業生産者は、農協に青ウメの販売を委託している。農協は組合員から販売委託を受けた製品を一括して取り扱うため、農業生産者は、自分の製品が誰に販売されたかを把握することはできない。農協は組合員である農業生産者からの販売委託を理由もなく断ることはない。よって、農協は必ず販売先を確保しなくてはならない。

このように、若狭町では農業生産者の農協への依存度が高い。農協が販売委託を拒否する心配はなく、農業生産者間の競争は抑制されている。

両産地における取引の継続性と農業生産者に対する競争圧力の有無を表 11 に示した。みなべ・田辺地域における①農業生産者と梅干加工業者の取引、③農業生産者と産地仲買

⁵⁰ 橋本・大西・辻・藤田（2005），p. 25、p. 53.

⁵¹ 橋本他(2005)，p. 140.

⁵² 農協との取引はまとまった量の取引となる傾向があるため、規模の大きい加工業者との取引が多い。（梅干加工業者 G 社インタビュー，2015 年 2 月 27 日実施）

人の取引において、それぞれの取引主体は、ある程度自由に取引相手を変更することができる。農業生産者は、いつか他の生産者にとって代わられるのではないかという危機感はある。一方、農協と農業生産者の取引において、農協は組合員である農業生産者からの買取や販売委託を理由もなく拒否することはなく、農業生産者にとっての競争圧力は存在しない。したがって、農協共同販売のみの若狭町には農業生産者にとっての競争圧力は存在しないが、みなべ・田辺地域には存在することとなる。

表 11 取引の継続性と農業生産者に対する競争圧力の有無

	みなべ・田辺地域					若狭
取引	①農業生産者と梅干加工業者の取引	②梅干加工業者間の取引	③農業生産者と産地仲買人の取引	④産地仲買人と梅干加工業者の取引	⑤農協と農業生産者との取引	農協共同販売
取引の継続性	長期継続的	スポット	長期継続的/スポット	長期継続的/スポット	長期継続的	長期継続的
参入・退出の自由	ある程度自由に取引相手を変更できる	自由に取引相手を変更できる	自由に取引相手を変更できる	自由に取引相手を変更できる	農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否しない	農協は組合員である農業生産者からの販売委託を拒否しない
農業生産者に対する競争圧力	有 (潜在的競争圧力)	－	有	－	無	無

(出所)聞き取り調査により筆者作成

2-3 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット

2-3-1 みなべ・田辺地域

みなべ・田辺地域において、梅干加工業者は、白梅干（原料梅干し）を農業生産者から購入しており、その取引は長期継続的である。梅干加工業者は一次加工までの工程を長期継続的にアウトソーシング（業務を社外の業者に委託する方式）しているととらえることができる。

梅干加工業者は、豊作・不作に関わらず、農業生産者からすべての品質・大きさの白梅干を買い取り、不作の年においても、農業生産者の採算ラインを考慮し、買取価格が決定されてきた。農産物は個体間差があり、1本の木からは様々な品質のものが生産されるが、必要なグレードのものだけでなく、不要なグレードも含め全量を農業生産者から買い取ることを、みなべ・田辺地域の梅干加工業者は「全量買取」と呼んでいる。ただし、買取価格は生産年ごとに生産者と加工業者との交渉で決定される。

梅干加工業者はそのターゲットとする市場により必要とする白梅干の品質や大きさが異なり、例えば最上級品質のA級や大玉サイズが不要であっても、全量を農業生産者から買い取る⁵³。梅干加工業者は、不作の年は原料の購入先を確保するのが困難となるため、豊作不作に関わらず、農業生産者との長期継続的な取引を望んでいるが、全量買取ることが農業生産者と梅干加工業者の長期継続的な取引の条件となっている。なぜなら、梅干加工業者が必要な品質のもののみを買い取る場合、農業生産者は、それ以外の品質の買い手を探さなければならなくなるため、全量買取は農業生産者にとってメリットがあるからである。

仮に、梅干加工業者が農業生産者との直接取引ではなく、すべての原料梅干を市場から調達する場合、不作時に必要量を調達するためには、買取価格を相場より高く設定する必要がある、その体力がないメーカーは、原料調達ができないため欠品を出すことになる。となれば、販売先との契約を解除されてしまい、倒産の危機となる。白梅干であれば次年への持ち越しが可能であるし、不作の年に備えて、常にある程度の在庫は確保しておく必要があると、梅干加工業者は考えている。

梅干加工業者は農業生産者との直接取引により、すべての品質・大きさの白梅干を買い取るが、梅干加工業者の必要とする白梅干の品質や大きさは、そのターゲットとしている市場により異なるため、不要となる白梅干が生じる。また、一方で、不足するグレードや大きさのものもあるため、それらの過不足を同業者間で融通する⁵⁴。この同業者間の取引は主に供給過剰の際に必要なに応じて行われるスポットでの取引である。

自然環境の影響は、農業生産者にとっても、梅干加工業者にとっても不確実性要因となる。梅干加工業者は全量買取を条件に、農業生産者と長期の取引を約束する。そして、この長期継続的なアウトソーシングが、不作時に原料が調達できないリスクに対応しているのである。

2-3-2 若狭町

若狭町においては農業生産者と梅干加工業者の直接の取引関係がない。そのため、長期

⁵³梅干加工業者F社、G社インタビュー（2015年2月9日、2月27日実施）

⁵⁴例えばスーパー・コンビニに販売している梅干加工業者の場合、最上級のA級や大玉サイズは不要となるため、それらを、贈答用市場をターゲットとしている梅干加工業者に販売する。（梅干加工業者F社、G社インタビュー、2015年2月9日、2月27日実施）

継続的なアウトソーシングも存在しないし、みなべ・田辺地域のように豊作の年の販売価格の低下への対応策もとられていない。

若狭町では、農業生産者は青ウメの販売を農協に委託しているため、青ウメの販売により農業生産者が得る収入は、農協と実需者との販売額に依存する。販売事業者としての農協の需要者との取引では、セリなどの価格競争に委ねられるため、豊作の年は価格が暴落する。青果物である青ウメは長期保管ができないため、若狭町の農家の所得は、自然環境に供給量の変動に直接影響を受けることになる。

若狭町において、青ウメの販売により農業生産者の収入となるのは、農協と需要者との取引で決定された販売価格から農協が受け取る手数料を差し引いた額である。農協は、農業生産者を組合員とする協同組合としての側面と、経済事業体としての側面を併せ持つ。

協同組合としての農協は、組合員である農業生産者から販売委託を受ければ、理由もなく拒否することはない。しかし、経済事業体としての農協と需要者との取引は、セリなどの価格競争に委ねられるため、豊作の年は価格が暴落する。青果物である青ウメは長期保管ができないため、出荷量を調整することはできない。結果、組合員である農業生産者に支払われる販売額が極端に小さくなる。J 農業協同組合は以下のとおり発言している。

「平成 13 年は豊作で 2 千トンの産地の福井でも 3 千トンの収穫量。置き場所がないので、とりあえず選別作業を進めた。選果場もいっぱい。行先も決まっていなまま、トラックに乗せ走らせた。なんとか加工業者に販売することができた。・・・(中略) 農家も豊作の年は大変なのは理解しているが、やっぱり収穫したものは出荷したいと思う。ある生産者から、こんな豊作の年に全部売ってくれてありがとうと感謝されたが、最終的な清算額に落胆された。こんなんなら、集荷しない方がよかったんじゃないかとまで言われた。」⁵⁵

そして、このような状態が続き、農業で生計をたてていけなくなると農業をやめてしまうのである。

第 3 節 茶産地の分析

静岡と三重の現在の商流のイメージを図 5 に示した。静岡では産地内に主に 4 つの取引(①農業生産者と仕上げ茶加工業者(産地茶商)の長期継続的取引、②産地茶商間の取引、③斡旋商の仲介による農業生産者と産地茶商の取引、④農協共同販売)が存在する。表 12 は、静岡県経済産業部が行った静岡県荒茶工場等実態調査の荒茶工場の販売(斡旋)先の内訳を示している⁵⁶。この調査結果からも、上記の 4 つが静岡県における主な取引であることが読み取れる。

⁵⁵ J 農業協同組合インタビュー (2014 年 11 月 27 日実施)

⁵⁶ 荒茶製造のほとんどは農業生産者の自園自製および共同工場によっておこなわれるため、本調査は農業生産者との取引形態を示していると解釈した。

三重では、農業生産者は荒茶（原料茶）の販売を農協に委託している。

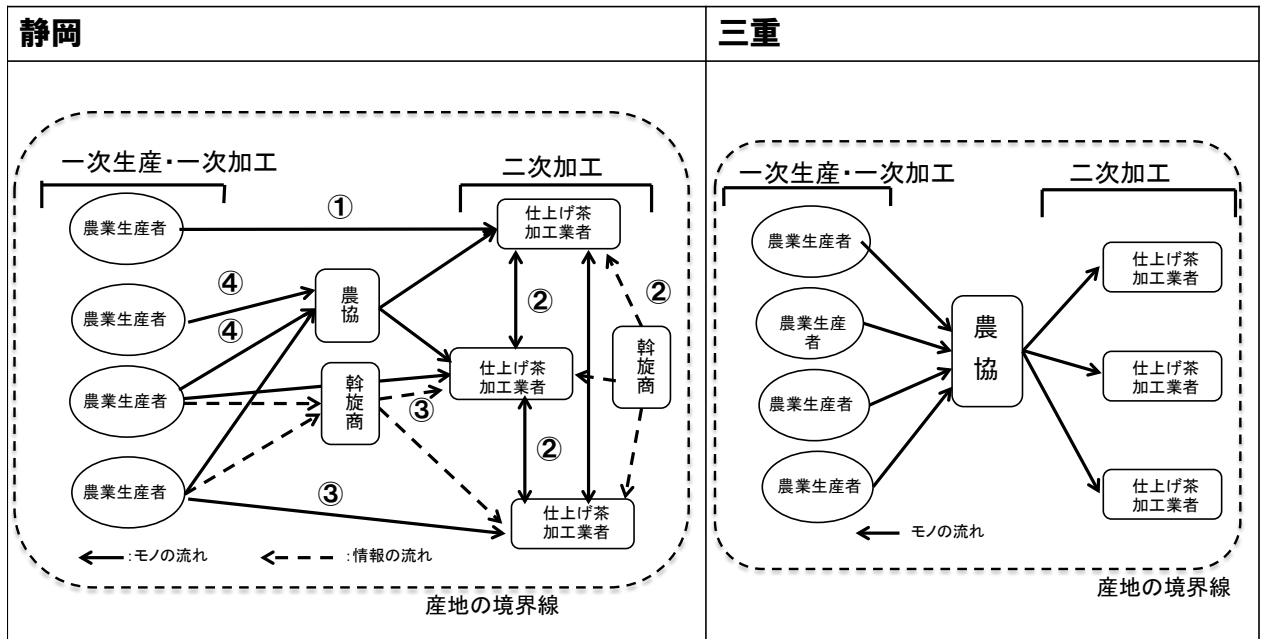


図 5 各産地における商流（イメージ図）
（出所）：聞き取り調査により筆者作成

表 12 静岡における荒茶取引形態（N=1,246、複数回答可）

	販売(幹旋)件数		販売(幹旋)数量	
	件数(件)	構成比 (%)	数量(t)	構成比 (%)
全体	1,246	100	27,779	100
農協共販	740	38	10,148	37
茶市場に直接持込	32	2	255	1
幹旋商	253	13	11,503	41
茶商に直接持込	356	18	3,282	12
自販売用	503	26	2,516	9
その他	69	4	74	0

（出所）：静岡県経済産業部農林業局茶業農産課「荒茶工場等実態調査」平成 22 年 12 月

3-1 顧客による農業経営者の育成の制度

3-1-1 静岡

静岡において、産地茶商は茶商の強みを得るために、農業生産者との直接の取引を選択している。茶の品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受けるため規格化が困難で

あり、業界統一の評価基準は存在しない。第三者が品質を判断するための基準は存在しないのである。そのため、産地茶商は取引する生産者を固定し、消費地小売店に自身の扱う茶の特徴を覚えてもらうべくアピールする。平成 14 年 3 月に社団法人静岡県茶業会議所が産地茶商に対し実施した調査結果によると、産地茶商が仕入れを増加させた産地とその理由として、生産者と密着した仕入れがしたいから（森・袋井地域）、特徴のある商品売りしたい（森町）、話し合いのもとに、指導・注文等しながら生産していただくようにしたため（棒原南部）という理由があげられている⁵⁷。

そして、農業生産者と産地茶商の顔の見える関係が成立する。茶の品質は気象条件に影響を受けるため、同一品種でも、地区によって品質がそれぞれ異なり、規格化が困難、かつ、消費地小売店のニーズも様々である。品質に対する絶対的な評価基準はなく、消費地茶店や産地茶商の主観、すなわち好みの問題となる。そのため、農業生産者が自身の生産した製品の評価を上げるためには、産地茶商からの要求にきめ細かく対応していく必要がある。

静岡における産地茶商と農業生産者の取引では、産地茶商は農業生産者に対し、品質面に関する定性的な評価を伝える。農業生産者はその評価により産地茶商が求める茶の品質を知り、その後の生葉の収穫や荒茶製造条件を修正する（加納・納口 2009）。加納・納口（2009）は以下のとおり指摘している。

『取引に際し買い手から出される、たとえば「摘採する茶芽の長さや熟度はこれ位に」、「茶芽を蒸すのはこの強さで」といった、技術的な要望を直接聞くことができるので、十分なコミュニケーションを図り、茶の栽培や製造の指導が受けられる。』⁵⁸

3-1-2 三重

三重において農業生産者は、農協に荒茶の販売を委託している。農協は組合員である農業生産者から委託を受けた製品を、それぞれ組合員ごとに区別して実需者に販売する。そのため、農業生産者と顧客との顔の見える関係はない。

販売委託を受けた農協は、自身が運営する幹旋市場において、茶商に販売する。幹旋市場の取引は、すべて相対取引である。茶商（買い手）は「滋味、水色、香氣、形状」をみる。湯をかけてみたりして、品質を確認する。農協の職員である「仲立ち人」（営業マン）が茶商と価格交渉を行い、売買が成立したら販売価格に対し一定の手数料を受け取る。農協は、組合員からの販売委託を断ることはない。組合員が望めば全量受ける。

三重においては、昭和 33 年から 47 年にかけて茶専門農協や農協が運営する茶幹旋市場が県内 4 カ所に設立された。茶幹旋市場設立以降の取扱数量の推移は表 13 に示したとおりである。近年においては、市場の取扱数量は県内荒茶生産量の約 70% で推移している。

⁵⁷ 『茶流通実態調査及び生産者に対する意向調査』結果報告書，平成 14 年 3 月，社団法人静岡県茶業会議所

⁵⁸ 加納・納口（2009），p. 3.

以上のとおり、三重において農業生産者は自身の生産物の販売を農協に任せている。委託を受けた農協は、幹旋市場を介して茶商に販売する。茶商は、荒茶の品質を評価し、気に入った生産者の製品を継続して購入する傾向にある。茶の品質の評価は、茶商や消費者の主観的なものである。そのため、農協は、農業生産者に対し、火入れの程度や硬さなど、指名買いする茶商の好みを伝える。S 協同組合は以下のとおり発言している。

「組合員へは、自分の茶がどの商人に販売されたかを伝える。品質に規格がないために、決まった生産者の製品を継続して購入する商人もいる。この問屋はこういう品質のものを欲しがっているから、火入れの仕方をこうの方がいい、などということを組合員に伝える。かちつとした（固い）茶がいい、もっと蒸した方がいい、早く刈らないと固くなるなど。」⁵⁹

茶商は特定の生産者の製品を購入し、農業生産者は誰が自分の製品を購入しているのかわかっているにもかかわらず、直接の取引には至らない理由としては、かつて京都の商人との取引で代金を回収できなかったという経験があげられる。S 農業協同組合は以下のとおり発言している。

「京都の茶商が買いに来ていた。春に商談をして購入を決めて、冬になったら代金を払うという約束で。価格が上がると早くとりにくるが、下がるとなかなかとりにこない。さらには、代金が支払われないということもあった。そういうことで、農家からの要望で農協が設立された。」⁶⁰

また、農業生産者は、販売先である茶商以外の第三者の評価を受けたいと思っている。T 農業協同組合は以下のとおり発言している。

「（指名買いするのに、なぜ直接取引は普及しないのか？という問いに対し、）農家と茶商が直接話をすることはあるが、農家も第三者の評価を受けたい。」⁶¹

そして、農業生産者は第三者である農協の評価を信頼しているのである。価格が思うように伸びなくても、それは相場だから仕方ないと捉えている。自分で何か方策を考えて、自ら行動をおこすことはしない。よって、顧客と顔の見える取引関係は存在しないし、採算がとれなくなると、農業経営を廃止するということになる。S 農業協同組合は以下のとおり発言している。

⁵⁹ S 農業協同組合インタビュー（2017 年 8 月 21 日実施）

⁶⁰ S 農業協同組合インタビュー（2017 年 8 月 21 日実施）

⁶¹ T 農業協同組合インタビュー（2017 年 8 月 22 日実施）

「農家は、商談のときは相場がわからない。冬になったら、となりの農家と比較ができる。自分の希望より低く不満に思っても、その年の相場を知り、農協はよくやってくれたのだと思う。」⁶²

表 13 三重における荒茶の市場取扱い数量の推移

	県内荒茶生産 量(t) A	県内市場の取扱 数量(t) B	B/A(%)
昭和 35(1960)	5,044	—	—
昭和 45(1970)	6,513	3,497	54
平成 12(2000)	7,410	6,285	85
平成 24(2012)	7,740	5,158	67

(出所)農林水産省「作物統計」、三重県「茶市場調査」

3-2 産地内における競争の促進と抑制

3-2-1 静岡

静岡において、中核企業は存在せず、中核企業主導の農業生産者どうしを直接的に競わせるという行動は確認されていない。また、競争を抑制するような不文律は存在しない。仲介者である斡旋商が農業生産者間競争の促進に、また、農協は競争の抑制に関与していた。

<競争の促進>

静岡においては、斡旋商を介した取引により農業生産者に対する競争のための条件が用意されている。

静岡において農業生産者は斡旋商を介した仕上げ茶加工業者との取引により、自分の茶がどれくらいの値段で売れたかを重視しているといわれている⁶³。新茶は、シーズン期間のうち、早ければ早いほど出回り量が少ないため希少価値が高くなる。農業生産者は生産量がピークに達するまでに、少しでも早く売り切りたいと考えている。

静岡に斡旋商が出現した経緯を以下に述べる。荒茶の取引は季節的に集中するが、農業生産者も仕上げ茶加工業者もそれぞれ、生産作業が忙しく、取引をするために交渉をしている時間がない。そこで、静岡においては両者にかわって斡旋商が、情報伝達及び価格交渉の担い手として出現した。斡旋商は、茶の品質を見分ける確かな感覚と適正な評価力を要求される⁶⁴。茶の品

⁶² S 農業協同組合インタビュー（2017年8月21日実施）

⁶³ Q 茶業界関係団体インタビュー（2015年11月13日実施）

⁶⁴ 静岡茶商工業共同組合（2002），p. 1.

質(味、色、香り)は、気象と土壌に影響を受け、同一品種でも、栽培される地区によって品質がそれぞれ異なるため、規格化が困難であるといわれている。リーフ茶の原料としての荒茶には、現在のところ業界統一の規格は存在しない。静岡は、異なる栽培条件下で多品目少量生産が行われているという特徴がある。

斡旋商は、県内産地のどの地区でどのような品質・種類の茶が生産されているか、どこの茶畑がいつ収穫時期を迎えるかという生産情報を把握する。また、静岡の産地茶商は、自身の顧客(消費地小売店)の要求に合わせて荒茶をブレンドし最終製品に仕上げるが、斡旋商は、産地茶商がどのような品質の茶をいくらかの値段で望んでいるかという市場の分析力を要求される。

このように斡旋商は、売り手と買い手が必要とする情報を収集し、それらの情報に基づき、農業生産者から受け取った茶の見本を産地茶商に持ち込み、産地茶商と交渉した価格を農業生産者に伝え、値段が決まったら農業生産者と産地茶商の取引が成立する。斡旋商は、売買が成立したもののについて、一定の手数料を売り手から受けとる。品質に関する規格が存在しないため、品質に関する情報伝達が的確に行われるかどうかは斡旋商の能力に依存するところもある。斡旋商が持ち込んだ荒茶の見本から品質を見極めて、購入するかしないか、購入する場合の価格を決定するのは売り手と買い手であるが、どの産地茶商にどの見本をいつ持ち込むかは斡旋商の裁量である。

斡旋商は農業生産者との間で取引に関する契約書を締結していることはほとんど無く、取引についての補償責任を負うことは無い。よって、買手が倒産した場合など、販売代金が回収不能になるケースもあり、その場合のリスクは農業生産者が負うこととなる⁶⁵。この斡旋商の機能は仲買人のそれとは異なり、その数は減少傾向にあるものの、現在においても県内に約 40 軒の斡旋商が存続している⁶⁶。

<競争の抑制>

静岡において農業生産者は、斡旋商を介した取引だけでなく、農協共同販売も利用している(表 12)。農協は組合員である農業生産者からの販売委託を理由もなく拒否せず、斡旋商を介した取引のように、代金回収ができないというリスクが軽減される。

一方で、農業生産者が農協に販売委託した場合、販売時期や販売価格は農協の判断に委ねられる。農協は組合員である農業生産者の規模、生産数量の多少に関わらず販売受託する。農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

⁶⁵ 加納・納口 (2009) , p. 3.

⁶⁶ 静岡茶商工業共同組合 (2002) pp. 37-38.

3-2-2 三重

三重において農業生産者は、農協に荒茶の販売を委託している。販売委託を受けた農協は、自身が運営する斡旋市場において、茶商に販売する。農協は組合員である農業生産者からの販売委託を理由もなく断ることはない。組合員が望めば全量受ける。S 協同組合は以下のとおり発言している。

「(売れ残りのリスクはないのかという問に対し) 価格を下げれば必ず売れる。組合員は、農協に希望価格は伝える。しかし、相場があるので、営業マンの判断にまかせる。そこは信頼関係。」⁶⁷

このように、三重では農業生産者の農協への依存度が高い。農協が販売委託を拒否する心配はなく、農業生産者間の競争は抑制されている。

両産地における取引の継続性と農業生産者に対する競争圧力の有無を表 14 に示した。静岡における①農業生産者と産地茶商の取引、③斡旋商の仲介による農業生産者と産地茶商の取引において、それぞれの取引主体は、ある程度自由に取引相手を変更することができる。農業生産者は、いつか他の生産者にとって代わられるのではないかという危機感はある。一方、農協と農業生産者の取引において、農協は組合員である農業生産者からの買取や販売委託を理由もなく拒否することはない、農業生産者にとっての競争圧力は存在しない。したがって、農協に販売を委託している三重には農業生産者にとっての競争圧力は存在しないが、静岡には存在することとなる。

⁶⁷ S 農業協同組合インタビュー (2017 年 8 月 21 日実施)

表 14 取引の継続性と農業生産者に対する競争圧力の有無

	静岡				三重
取引	①農業生産者と仕上茶加工業者の取引	②仕上茶加工業者間の取引	③斡旋商の仲介による農業生産者と仕上茶加工業者の取引	⑤農協と農業生産者との取引	農協と農業生産者との取引
取引の継続性	長期継続的	スポット	長期継続的/ スポット	長期継続的	長期継続的
参入・退出の自由	ある程度自由に取引相手を変更できる	自由に取引相手を変更できる	自由に取引相手を変更できる	農協は組合員である農業生産者からの販売委託を拒否しない	農協は組合員である農業生産者からの販売委託を拒否しない
農業生産者に対する競争圧力	有 (潜在的競争圧力)	－	有	無	無

(出所) 聞き取り調査により筆者作成

3-3 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット

3-3-1 静岡：質的変動への対応

静岡において産地茶商は、茶商の強みを得たいという理由から、荒茶を農業生産者から直接購入しており、その取引は長期継続的である。産地茶商は一次加工までの工程を特定の農業生産者に長期継続的にアウトソーシングしているととらえることができる。

農業生産者と仕上げ茶加工業者(産地茶商)の長期継続的取引において、産地茶商は農業生産者が製造した荒茶の全量または一定量の買い取りを基本とする。農業生産者は、新茶のシーズン中は毎日茶の収穫を行い、一次加工した荒茶を産地茶商へ持ち込む。産地茶商は、毎日農業生産者から持ち込まれる荒茶について、消費地小売店からの要求を考慮し、品質面に関する定性的な評価を農業生産者に伝える。農業生産者はその評価により産地茶商が求める茶の品質を知り、その後の生葉の収穫や荒茶製造条件を修正することができる。このような、消費地小売店のニーズに対応した微妙な修正作業が日々行われている。

一方、農業生産者が需要に応じてできる対応には限界がある。茶の品質は気象条件に影響を受け、静岡や三重のように、産地が県内に点在しているような産地では、同一品種でも、地区によ

って生産される茶の品質がそれぞれ異なり、かつ、実需者のニーズも多様である。加えて、品質に関する規格がなく、その評価は主観的なものである。そのため、一次生産段階でそれらすべてのニーズに対応して、茶の品質をコントロールするのは困難である。

その問題については、産地茶商間で解決している⁶⁸。静岡において産地茶商は、同業者間で互いに不足する荒茶を融通しあう。例えば、山の茶を得意とする茶商に、深蒸し茶（平坦地の茶）の受注があれば、平坦地の茶を得意とする茶商が融通する。この同業者間の取引は斡旋商の仲介により行われる。そして産地茶商は、消費地の様々な需要に対応し、異なる地区で生産された複数種の荒茶をブレンドし、最終製品に仕上げる。

このように、産地の自然環境が製品としての緑茶の差別化に寄与し、茶商の強みとなると同時に、消費地の多様なニーズには対応できないという短所がある。平坦地においては山の茶の品質は再現できないし、山間地では平坦地の茶の品質は再現できない。この問題を解決する仕組みが静岡には存在する。

以上のとおり、静岡においては長期継続的なアウトソーシングと産地茶商間の調整により、茶の品質の不安定さに対応しているのである。

3-3-2 三重

三重においては農業生産者と茶商の直接の取引関係がない。三重において茶商は市場で原料を調達しており、長期継続的なアウトソーシングは存在しない。市場において、生産者を指名して購入する茶商は存在し、その生産者の好みに合わせて製造条件を調整することはある。しかし、農業生産者と茶商のやりとりは間接的であり、茶商の要求に十分に対応できたかどうかを、農業生産者が確かめるすべはない。

第4節 分析結果のまとめ

本節では、3つの分析視点ごとの分析結果のまとめを行う（表15）。

4-1 顧客による農業経営者の育成の制度

4-1-1 ウメ産地

みなべ・田辺地域の農業生産者は、梅干加工業者との直接の取引において、品質に見合った評価を受けるべく、より品質管理を徹底するようになった。一次生産段階においては、自然環境に影響を受けるため、取引先のニーズにすべて対応することは困難であるが、一次加工段階では、需要者の要求に対応した品質管理が可能となる。みなべ・田辺地域の農業生産者は自らの意思で事業範囲を拡大し、一次加工に取り組んでいる。また、その年の

⁶⁸ 産地茶商0社インタビュー（2013年6月20日実施）

相場と採算ラインを考慮して、翌年へ在庫を持ち越すといった方法をとるなど、経営の解決策を自らとるようになっていった。

若狭町においては、農業生産者は販売を農協まかせており、顧客と顔の見える取引関係は存在しない。価格が下がると農協に文句を言うが、自ら行動をおこすことはない。生計がたたなくなると、農業をやめてしまう。そうして、産地の規模が縮小すると実需者の要求する数量に対応することができず、実需者からはあてにならない産地ということになる。

4-1-2 茶産地

茶は品質に対する絶対的な評価基準はなく、消費地茶店や産地茶商の主観、すなわち好みの問題となる。そのため、農業生産者が自身の生産した製品の評価を上げるためには、産地茶商からの要求にきめ細かく対応していく必要がある。静岡における産地茶商と農業生産者の直接の取引で、自身の製品の評価を上げるべく、生産者は産地茶商の要求に答えて、日々生葉の収穫や荒茶製造条件を修正する。

三重において農業生産者は自身の生産物の販売を農協に任せており、顧客と顔の見える取引関係は存在しない。価格が思うように伸びなくても、それは相場だから仕方ないと捉えている。自分で何か方策を考えて、自ら行動をおこすことはせず、採算がとれなくなると、農業経営を廃止するということになる。

4-2 産地内における競争の促進と抑制

4-2-1 ウメ産地

みなべ・田辺地域において、中核企業は存在せず、中核企業主導の農業生産者どうしを直接的に競わせるという行動は確認されていない。また、過剰な競争を抑制するような不文律も存在しない。みなべ・田辺地域では、仲介者である産地仲買人が農業生産者間の競争の促進に、また、農協は競争の抑制に関与していた。仲介者のうち、産地仲買人によって厳しい価格競争の原理が持ち込まれる。産地仲買人は、仕入れ価格と販売価格の差益で商売しているため、農業生産者の採算ラインは考慮しない。

農業生産者と農協との取引では、農協は農業生産者が販売を希望する白梅干を全量買取。生産者を区別して取引するものの、農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

若狭町において農業生産者は、農協に青ウメの販売を委託している。農協が販売委託を拒否する心配はなく、農業生産者間の競争は抑制されている。

4-2-2 茶産地

静岡において、中核企業は存在せず、中核企業主導の農業生産者どうしを直接的に競わせるという行動は確認されていない。また、競争を抑制するような不文律は存在しない。仲介者である斡旋商が農業生産者間競争の促進に、また、農協は競争の抑制に関与していた。

静岡において農業生産者は斡旋商を介した仕上げ茶加工業者との取引により、自分の茶がどれくらいの値段で売れたかを重視している。斡旋商を介した取引により農業生産者に対する競争のための条件が用意されていると言える。静岡において農業生産者は、斡旋商を介した取引だけでなく、農協共同販売も利用している。農協は組合員である農業生産者の規模、生産数量の多少に関わらず販売受託する。農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

三重において農業生産者は、農協に荒茶の販売を委託している。農協が販売委託を拒否することはなく、農業生産者間の競争は抑制されている。

4-3 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット

4-3-1 ウメ産地

みなべ・田辺地域において、梅干加工業者は、白梅干（原料梅干）を農業生産者から購入しており、その取引は長期継続的である。梅干加工業者は一次加工までの工程を長期継続的にアウトソーシング（業務を社外の業者に委託する方式）しているととらえることができる。自然環境の影響は、農業生産者にとっても、梅干加工業者にとっても不確実性要因となる。梅干加工業者は全量買取を条件に、農業生産者と長期の取引を約束する。そして、この長期継続的なアウトソーシングが、不作時に原料が調達できないリスクに対応している。農業生産者と梅干加工業者の取引のルールは全量買取である。

若狭町においては農業生産者と梅干加工業者の直接の取引関係がない。そのため、長期継続的なアウトソーシングも存在しないし、みなべ・田辺地域のように豊作の年の販売価格の低下への対応策もとられていない。

4-3-2 茶産地

静岡において産地茶商は、茶商の強みを得たいという理由から、荒茶を農業生産者から直接購入しており、その取引は長期継続的である。産地茶商は一次加工までの工程を特定の農業生産者に長期継続的にアウトソーシングしている。茶の品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受けるため規格化が困難であり、業界統一の評価基準は存在しない。そのため、産地茶商は取引する生産者を固定し、消費地小売店に自身の扱う茶はこうなの

だということをアピールする。品質の不安定さに対応するための手段として、長期のアウトソーシングが採用されている。農業生産者が自身の生産した製品の評価を上げるためには、産地茶商からの要求にきめ細かく対応していく必要がある。

三重においては農業生産者と茶商の直接の取引関係がない。三重において茶商は市場で原料を調達しており、長期継続的なアウトソーシングは存在しない。

表 15 分析結果のまとめ

	ウメ産地		茶産地	
	みなべ・田辺地域	若狭町	静岡	三重
① 顧客による経営者の育成	需要者（梅干加工業者）との顔の見える関係により、農業生産者は、需要者の厳しい評価を受け、選別基準の遵守を徹底	顧客との直接の取引なし	需要者（産地茶商）との顔の見える関係により、農業生産者は、茶商の評価を把握し、求める茶とすべく製造条件を調整	顧客との直接の取引なし
② 農業生産者間の競争の促進と抑制	・農協を介した取引：農協は買取拒否しない ⇒競争の抑制 ・産地仲買人を介した取引：価格競争 ⇒競争の促進	農業生産者間の競争圧力なし	・農協を介した取引：農協は販売委託を拒否しない、利益を組合員に平等に分配 ⇒競争の抑制 ・斡旋商を介した取引：価格と取引の速さ重視⇒競争の促進	農業生産者間の競争圧力なし
③ 長期継続的なアウトソーシングの機能	収穫量の変動リスクの分担	顧客との直接の取引なし	品質の変動リスクの分担	顧客との直接の取引なし

（出所）筆者作成

第5章 考察

本研究では、産地の持続可能性を高めるためのメカニズムを明らかにするため、産地として継続し、かつ、産地内の農業が専業として成り立っている地域の、リスクの分担と利益の分配のあり方を明らかにすることを目的に、事例の比較分析を行った。本研究においては、産地が継続しているだけでなく、産地において農業が産業として自立していることを重視した。

分析対象としては、ウメ産地の「和歌山みなべ・田辺地域（紀州南高梅）」と「福井県若狭町（福井梅）」、茶産地の「静岡（静岡茶）」と「三重（伊勢茶）」を取り上げた。各産地の主業農家率を比較すると、みなべ・田辺地域は若狭町に比較し、静岡は三重に比較して相対的に高い。本研究では、主業率が相対的に高い、みなべ・田辺地域及び静岡を成功事例として取り上げた。

産地全体をひとつの分析単位とし、①顧客による農業経営者の育成、②産地内における競争の促進と抑制、③長期継続的なアウトソーシングの機能とメリットの3つの視点で分析を行った。それらの結果について、先行研究に照らした議論を行う。

農業には、競争のリスクの他に自然環境に影響を受けるというリスクがある。競争のリスクに対しては、加護野(2007)で重視している過剰な競争を抑制する不文律とは異なる方法で、適度な競争を促進し、過剰な競争を抑制する仕組みが産地全体の取引に組み込まれていたこと、自然環境に影響を受けるというリスクに対しては、最終製品製造業者の農業生産者へのアウトソーシングがその機能を有していたことを論ずる。

第1節 顧客による農業経営者の育成の制度

顧客による農業経営者の育成の制度については、みなべ・田辺地域と静岡においては顧客と農業生産者の顔の見える関係があり、顧客から直接、製品について厳しい評価を受ける。それによって農業生産者は経営者としての意識をもつようになる。

みなべ・田辺地域の農業生産者は、梅干加工業者との直接の取引において、品質に見合った評価を受けるべく、より品質管理を徹底するようになった。また、その年の相場と採算ラインを考慮して、翌年へ在庫を持ち越すといった方法をとるなど、経営の解決策を自らとるようになっていった。静岡における産地茶商と農業生産者の直接の取引では、自身の製品の評価を上げるべく、生産者は産地茶商の要求に答えて、日々生葉の収穫や荒茶製造条件を修正する。一次生産段階で、実需者の要求のすべてに対応することはできないが、一次加工の段階での対応は可能であり、顧客の評価をあげる努力は可能である。製品の性質を大きく変更することはできないが、制約のあるなかでも、顧客との顔の見える関係のなかで、取引先のニーズを把握しそれに対応することで、自身の製品の評価をあげるべく努力する行動が確認された。一次生産段階でできることには制約があるが、生産者自身がその事業範囲を拡大し、一次加工を事業範囲に取り込むことで、需要者の要求に答えて生

産過程を調整するという余地を広げるのである。

同様の指摘を、山田・伊藤（2008）が京都の事例において指摘している。京焼は消費地向けに少量生産しており、長い歴史的な関係に裏打ちされた顧客の要望と趣向に合わせたデザインコンセプトや技法をもとに、顧客と同業者の「顔の見える」市場を形成し、オーダーメイド的な少量生産の事業システムが窯元に切磋琢磨を求める仕組みとなっているとしている（山田・伊藤 2008）。

一方、相対的に主業農家率の低い若狭町と三重では、農業生産者は自身の生産物の販売を農協にまかせており、顧客と顔の見える取引関係は存在しない。価格が思うように伸びなくても、それは相場だから仕方ないと捉えている。自分で何か方策を考えて、自ら行動をおこすことはせず、採算がとれなくなると農業だけで生計を立てるのは困難となり、最終的には農業経営を廃止するということになる。

これらのことから、顧客との顔の見える関係が農業生産者を経営者へと育成し、それが産地の優位性に寄与したと考えられる。ではなぜ、三重や若狭町の農業生産者はメーカーとの直接取引を選択しないのだろうか。その理由については、歴史的経緯から読み取ることができる。

若狭町の農業生産者の大多数は、一次加工は行わず、青ウメとして販売する。戦前から京都の料亭向けに販売され、青ウメとしての評価が高かった。そのため、農協が生産者に加工することを勧めても、なぜ青ウメではダメなのか、といった感覚である。成功体験があるため、事業範囲を変更することができない。また、戦後まもなく生産者団体を組織し共同販売を行ってきたため、農業生産者の販売は農協の仕事との思いが強い。

三重においては、昭和 33 年以降、茶幹旋市場を介した取引が普及した。従来の流通形態による県外移出量の大半が宇治の間屋に集まり、「宇治茶」にブレンドされていた。そのような状況から脱却しようとしていたから、「伊勢茶」という産地銘柄の確立は産地間屋も望んでいた。業界が一致して、従来の流通形態から脱しようとする意図があったのである。さらに、茶商は特定の農業生産者の製品を購入し、農業生産者は誰が自分の製品を購入しているのかがわかっているにもかかわらず、直接の取引には至らない理由としては、かつて京都の商人との取引で代金を回収できなかったという経験があげられる。このような経緯があるため、三重の農業生産者は、茶商との直接の取引を選択しないのである。

第 2 節 産地内における競争の促進と抑制

産地内における競争の促進と抑制については、みなべ・田辺地域と静岡においては、中核企業は存在せず、中核企業主導の農業生産者どうしを直接的に競わせるという行動は確認されていないし、過剰な競争を抑制するような不文律も存在しない。両産地においては、産地内に複数存在する仲介者（農協とそれ以外）が、競争の抑制と促進の役割を相互補完的に担っていた。

みなべ・田辺地域では、仲介者である産地仲買人が農業生産者間競争の促進に、また、

農協は競争の抑制に関与していた。仲介者のうち、産地仲買人によって厳しい価格競争の原理が持ち込まれる。農業生産者と農協との取引では、農協は農業生産者が販売を希望する白梅干を全量買取。生産者を区別して取引するものの、農協は組合員である農業生産者からの買取を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

静岡において、仲介者である斡旋商が農業生産者間競争の促進に、また、農協は競争の抑制に関与していた。静岡において農業生産者は斡旋商を介した仕上げ茶加工業者との取引により、自分の茶がどれくらいの値段で売れたかを重視している。農業生産者は予想以上の評価を受けることを期待して、斡旋商を介した取引を選択している。静岡において農業生産者は、斡旋商を介した取引だけでなく、農協共同販売も利用している。農協は組合員である農業生産者の規模、生産数量の多少に関わらず販売を受託する。組合員である農業生産者は販売価格の指定はできないが、農協は組合員からの販売委託を拒否することはしない。そのため、農業生産者どうしの競争は抑制される。

これらのことから、適度な競争を促進し、過剰な競争を抑制する仕組みが産地の優位性に寄与していたと考えられる。適度な競争と過剰な競争の抑制については、加護野(2007)や山田・伊藤(2008, 2013)でも指摘されている。そこでは、過剰な競争というリスクを制御するための仕組みとして「不文律」の存在が重視されてきた。しかし、みなべ・田辺地域や静岡に競争の不文律は存在しない。不文律とは異なる方法で競争の促進と抑制が行われていた。すなわち、産地内に複数存在する仲介者(農協とそれ以外)が、競争の抑制と促進の役割を相互補完的に担っていた。

若狭町と三重において農業生産者は、農協に自身の生産した製品の販売を委託している。農協が販売委託を拒否する心配はなく、農協は組合員の製品を平等に扱うことを重視するため、農業生産者間の競争は抑制されている。ではなぜ、競争を完全になくしてしまうと産地の優位性は失われるのだろうか⁶⁹。まず、農業生産者が競争のリスクを回避した結果、販売事業者としての農協に競争のリスクが集中してしまったことが要因と考えられる。リスクの一点集中は産地の優位性に寄与しないということが考えられる。加えて、農業には過剰な競争というリスクだけでなく、自然環境に影響を受けるというリスクも存在し、完全に競争を排除しても、後者のリスクに対応できないことが要因と考えられる。

第3節 長期継続的なアウトソーシングの機能とメリット

みなべ・田辺地域では梅干加工業者が、静岡では仕上茶加工業者が、一次加工までの工程を農業生産者に長期継続的にアウトソーシングしていた。自然環境に影響を受けるという農業の特性は、農業生産者にとっても、需要者にとっても不確実性要因となる。それを、生産者だけのリスクとしない仕組みが、長期継続的なアウトソーシングに組み込まれてい

⁶⁹ この間に対しては、潜在的競争圧力すなわち、既存企業と潜在的参入企業との競争を重視するコンテストブル・マーケットの理論(W.J.Baumol et al. 1982)で説明できる可能性が考えられるが、別の機会に議論することとしたい。

た。そして、その仕組みは最終製品製造業者と生産者との取引と、最終製品製造業者間（同業者間）の調整とがセットとして揃うとことで機能する。

ただし、茶とウメでは、リスクの種類が異なる。ウメは、生産年による収穫量の変動が大きいというリスクがあり、茶はその品質が気象や土性に影響を受け、品質について絶対的な規格がつかれないという不安定さがある。そのため、アウトソーシングの機能も、茶とウメでは異っており、みなべ・田辺地域では、量の不確実性に対応するリスク分担の仕組みを有し、静岡では、特定の生産者への長期継続的なアウトソーシングが、品質の不確実性に対応するリスク分担の仕組みを有していた。

みなべ・田辺地域において、梅干加工業者はすべての品質・大きさの白梅干を買い取る（全量買取）を条件に、農業生産者と長期の取引を約束する。そして、この長期継続的なアウトソーシングが、梅干加工業者が不作時に原料が調達できないリスクに対応している。梅干加工業者は、長期の取引を自身のメリットととらえており、長期に取引を継続するため、農業生産者から、「全量買い取る」という犠牲をはらう。

静岡において産地茶商は、茶商の強みを得たいという理由から、荒茶を農業生産者から直接購入しており、その取引は長期継続的である。茶の品質（味、色、香り）は、気象と土壌に影響を受けるため規格化が困難であり、業界統一の評価基準は存在しない。そのため、産地茶商は取引する生産者を固定し、消費地小売店に自身の扱う茶の特徴を覚えてもらうべくアピールする。品質の不安定さに対応するための手段として、産地茶商は特定の農業生産者との長期継続的な取引を行う。農業生産者にとっても、長期継続的な取引はメリットがある。農業生産者が自身の生産した製品の評価を上げるためには、産地茶商からの要求にきめ細かく対応していく必要がある。それができるのは、産地茶商との直接の取引である。

長期継続的なアウトソーシングによって、みなべ・田辺地域の梅干加工業者は農業生産者からすべての品質・大きさの白梅干を買い取るため、不要な原料を買い取ることになる。また、静岡の産地茶商は特定の生産者と長期の取引を行うことで、茶商としての強みを得ることができるが、一方で需要者の多様な要求に答えることができない。

これらの問題に対応して、最終製品製造業者は互いの原料の過不足を同業者間で調整していた。すなわち、みなべ・田辺地域において梅干加工業者は農業生産者との直接取引により、すべての品質・大きさの白梅干を買い取るが、梅干加工業者の必要とする白梅干の品質や大きさは、そのターゲットとしている市場により異なるため、不要となる白梅干が生じる。また、一方で、不足するグレードや大きさのものもあるため、それらの過不足を同業者間で融通する。

静岡において産地茶商は、同業者間で互いに不足する荒茶を融通しあう。例えば、山の茶を得意とする茶商に、深蒸し茶（平坦地の茶）の受注があれば、平坦地の茶を得意とする茶商が融通する。この同業者間の取引は斡旋商の仲介により行われる。そして産地茶商は、消費地の様々な需要に対応し、異なる地区で生産された複数種の荒茶をブレンドし、最終製品に仕上げる。このように、最終製品製造業者と生産者でリスクを分担することによって、最終製品製造業者が必要

とする原料の過不足が生じるが、それらを最終製品製造業者間で調整していた。リスク分担の仕組みは、最終製品製造業者と生産者との取引と、最終製品製造業者間の調整がセットとして揃うことで機能する。

では、みなべ・田辺地域や静岡において、最終製品製造業者の自己利益を第一にする機会主義的行動はどのようにして抑制されていたのだろうか。どうやって、「全量買取」という慣行は守られているのだろうか。それには、自然環境に影響を受けるという、人為的には制御しきれないリスクの存在が関与している。予測しえない、制御できないリスクであるため、農業生産者も最終製品製造業者も、取引において継続的に主導権を握ることはできないのである。最終製品製造業者は農業生産者に対し全量買取を約束することが、農業生産者は最終製品製造業者に長期の取引を約束することが、お互いに利益を得ることのできる合理的な方法であり、かつ、リスクを回避するための合理的な方法なのである。自然環境に影響を受けるというリスクが、圧倒的な強者をつくらせなかったのである。

若狭町においては農業生産者と梅干加工業者の直接の取引関係がない。そのため、長期継続的なアウトソーシングも存在しないし、みなべ・田辺地域のように豊作の年の販売価格の低下への対応策もとられていない。三重においても農業生産者と茶商の直接の取引関係がない。三重において茶商は市場で原料を調達しており、長期継続的なアウトソーシングは存在しない。農業生産者が最終製品製造業者と直接取引しない理由は、本節の 1-1 で述べたとおり、歴史的経緯が関係している。

第 4 節 まとめ

図 6 に①顧客による農業経営者の育成、②産地内における競争の促進と抑制、③長期継続的なアウトソーシングの機能とメリットの 3 つの視点で分析した結果の関係を示した。3 つの視点で分析した結果の関係は次のとおりである。

みなべ・田辺地域と静岡では、顧客との顔の見える関係が農業生産者を経営者へと育成し、それが産地の優位性に寄与したと考えられるが、本研究において、この「顧客との顔の見える関係」は、すなわち最終製品製造業者の農業生産者への長期継続的なアウトソーシングである。そして、そのアウトソーシングには、農業の自然環境に影響を受けるというリスクに対応し、ウメ産地では「収穫量の変動リスクの分担」という機能が、茶産地では「品質の変動リスクの分担」という機能が組み込まれていた。それらは、最終製品製造業者と生産者との取引と、最終製品製造業者間（同業者間）の調整とがセットとして揃うことで機能する。これらの機能は、農業生産者と最終製品製造業者との長年にわたる関係によって構築されたものと考えられる。長期継続的な取引では、最終製品製造業者は農業生産者から全量買い取るという慣行が存在したが、その慣行を管理するような圧倒的な強者は存在しない。最終製品製造業者は農業生産者に対し全量買取を約束し、農業生産者は最終製品製造業者に長期の取引を約束することが、お互いにリスクを回避し、利益を得る合理的な方法だったのである。

また、競争の促進に関与する仲介者は、静岡においては、荒茶の取引は季節的に集中し農業生産者も産地茶商もそれぞれ、生産作業が忙しく、取引をするために交渉をしている時間がないことから、斡旋商が出現した。みなべ・田辺地域では生産量の増加にともない、最終製品製造業者からの要望によって産地仲買人が出現した。これらのことから、農業生産者は自らの意思で積極的に仲介者（斡旋商や産地仲買人）を介した取引を選択しているわけではないかもしれないが、最終製品製造業者にとっては必要な仕組みであり、農業生産者も自身の製品の評価をより高めるべく、その仕組みを活用するのである。

一方で、競争の抑制に関与する仲介者（農協）は、組合員である農業生産者からの要望で荒茶や白梅干の取扱を開始しており、みなべ・田辺地域と静岡に複数存在する仲介者（農協とそれ以外）は、競争の抑制と促進の役割を相互補完的に担っている。産地全体としては、適度な競争は維持し、過剰な競争は抑制されているのである。

若狭町や三重において農業生産者は、競争のリスクを完全に回避し、顧客との顔の見える関係がないため、経営者としての意識は醸成されない。販売を農協に任せているため、競争のリスクは回避できているものの、自然環境のリスクに直面しても自ら行動を起こすことはなく、製品の価格低下により経営が立ちいかなければ農業をやめてしまうというのである。

農業生産者が回避した競争のリスクは、事業者としての農協に転化される。組合員からの販売委託を拒否できない農協は、受託した製品の販売先を必ず確保しなければならない。農業生産者が競争のリスクを回避した結果、販売事業者としての農協に競争のリスクが集中してしまう結果となる。これらのことから、リスクの一点集中は産地の優位性に寄与しないといえる。農協の機能の問題ではない。リスクの偏在を回避するためには、農業生産者が経営者としての自立し、自らの判断で販売先を選択していく必要がある。そのような経営者としての基本的な考え方や仕事に取り組む姿勢を育成するのが、顧客との顔の見える関係である。

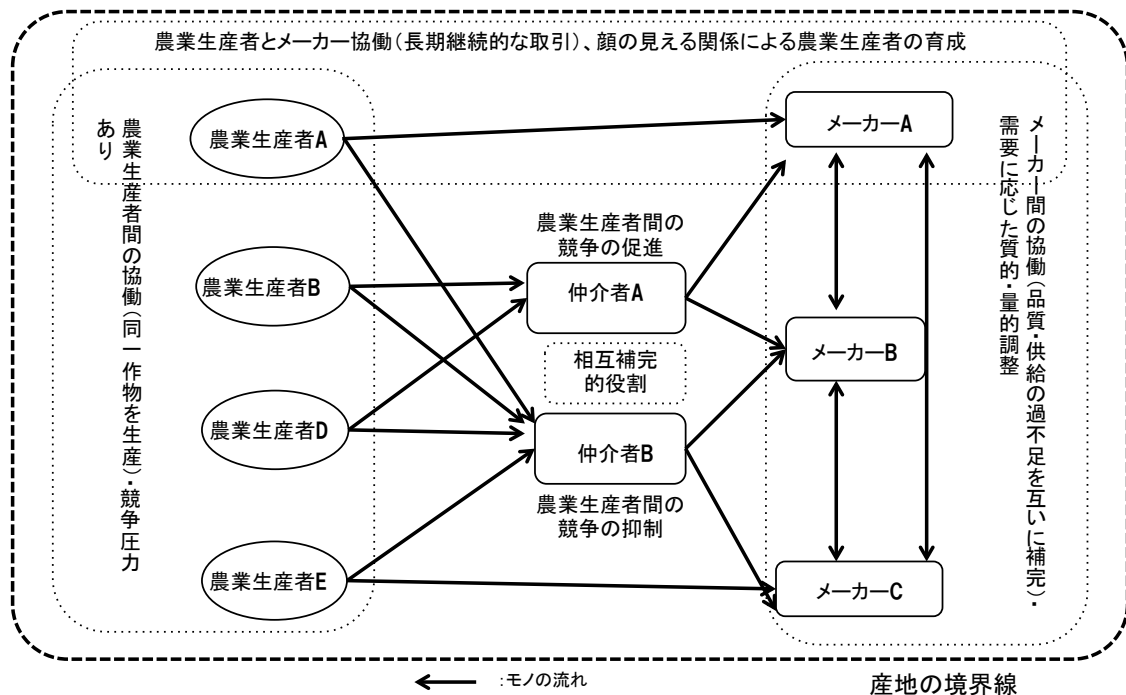


図 6 みなべ・田辺地域と静岡の商流 (イメージ図)
(出所) 聞き取り調査により筆者作成

終章 インプリケーションと今後の課題

第1節 インプリケーション

本研究では、産地の持続可能性を高めるためのメカニズムを明らかにするため、産地として継続し、かつ、産地内の農業が専業として成り立っている地域の、リスクの分担と利益の分配のあり方を明らかにすることを目的に、事例の考察を行った。本研究においては、産地が継続しているだけでなく、産地において農業が産業として自立していることを重視した。

実践的な含意としては、以下のとおりである。第一に、競争のリスクの一点集中は産地の持続可能性に寄与しないということである。農業生産者も経営者として、他者との競争のなかで自身の製品の最終製品製造業者の評価を高めるべく取り組まなければ、産業としての自立はなし得ないといえる。そして、その経営者としての意識を育成するのが最終製品製造業者との顔の見える関係である。産地の自立のためには、農業生産者が経営者となる必要があるが、そのためには、最終製品製造業者との長期に取引を継続させることが重要である。

第二に、農業産地においては競争のリスクと自然環境に影響を受けるというリスクに対応する必要がある、そのためには農業生産者と最終製品製造業者との顔の見える関係を構築する必要があるということである。なぜなら、本研究の事例では、それらの顔の見える関係（長期継続的なアウトソーシング）が自然環境に影響を受けるリスクを生産者だけのリスクとしない仕組みをもたらしたからである。

次に、本研究の学術的な貢献は以下のとおりである。第一に、本研究で分析対象としたみなべ・田辺地域と静岡においては、加護野(2007)や山田・伊藤(2008)をはじめとする先行研究で重視された「過剰な競争を回避する不文律」とは異なる方法で、競争の促進と抑制がコントロールされていたことを明らかにした。両産地においては、産地内に複数存在する仲介者（農協とそれ以外）が、競争の抑制と促進の役割を相互補完的に担っていた。

第二に、本研究では、産地内における長期継続的なアウトソーシングが「リスクの分担」という仕組みを有し、その仕組みは最終製品製造業者と生産者との取引と、最終製品製造業者間（同業者間）の調整とがセットとして揃うとことで機能することを明らかにした。加護野(2007)や山田・伊藤(2008)をはじめとする先行研究では、過剰な競争をリスクととらえ、そのリスクを制御するための「過剰な競争を回避する不文律」の存在が重視されてきた。農業には競争のリスクの他に、自然環境に影響を受けるというリスクが存在する。このリスクに対応していたのが最終製品製造業者の農業生産者への長期継続的なアウトソーシングである。みなべ・田辺地域と静岡のアウトソーシングは、それぞれ異なる機能を有しており、ウメ産地では「収穫量の変動リスクの分担」という機能が、茶産地では「品質の変動リスクの分担」という機能が組み込まれていた。その機能の違いは、ウメと茶の有するリスクの種類の違いに起因していた。

陶磁器産地を分析対象とした先行研究（山田・伊藤（2008）他）では、長期継続的なアウトソーシングの具体的な機能は指摘されていない。本研究ではアウトソーシングの機能として「リスク分担」の仕組みを実証したが、その仕組みは最終製品製造業者と生産者との取引と、最終製品製造業者間（同業者間）の調整とがセットとして揃うことで機能する。最終製品製造業者の同業者間の調整が行われるのは、本研究の分析対象とした農業産地は供給側に変動のリスクを有しており、かつ、産地内の生産者が同じもの（同一作物、同一品種）を生産することが影響していると考えられる。

第2節 今後の課題

最後に、今後の課題は以下のとおりである。

まず、本研究では、地域資源による影響を極力排除するため、まとまった耕地が確保できない中山間地でも生産可能な作物であることを考慮に入れて作物を選択した。よって、米や大豆、麦のような肥沃でまとまった耕地面積を必要とする土地利用型の農業産地を分析した場合、本研究の結論とは異なった結果が得られる可能性は否定できない。さらに、ドリンク茶（ペットボトルや缶入り茶飲料）が普及して以降、必要とされる荒茶の品質が変化してきている。静岡は異なる栽培条件下で多品目少量生産が行われているという特徴があり、リーフ茶原料の産地として本研究でとりあげたシステムが機能してきたと考えられるが、ドリンク茶需要に対しては、必要とする荒茶原料の品質がリーフ茶と異なる。リーフ茶が多様な品質の荒茶が必要とされるのに対して、ドリンク茶は均一な品質の荒茶が求められる。それに対応するために、まとまった規模の農地が確保できる鹿児島などの新興の産地が出現しているのも事実である。これらの産地を対象とした分析については、今後の課題としたい。

加えて、本研究において分析対象とした「みなべ・田辺地域と若狭町」、「静岡と三重」ではそれぞれ産地の規模が異なる。比較対象とする産地の選択にあたっては、検証しようとする事項以外の条件（例えば、対象とする産地の規模や取扱う品目など）はなるべく一致させるべく検討したが、現実の社会を分析対象とするため限界があった。そのため、本研究で得られた知見を一般化するには、課題が残る。特に、本研究においてその役割を明らかにした仲介者は、取引数が増加すると、その存在意義が高まると考えられる。よって、小規模産地を2つ選択し比較分析した場合、本研究の結論とは異なった結果が得られる可能性は否定できない。

また、本研究においては、産地内の取引を分析対象とした。産地における取引には、本研究で分析の対象とした産地内の農業生産者と最終製品製造業者の取引の他に、産地内の最終製品製造業者と産地外の販売店との取引が存在する。産地の持続可能性を議論する上で、産地内と産地外の取引関係をどう構築するかは重要な問題であるため、この点についても、今後の課題としたい。

謝辞：

本論文の執筆にあたり、名古屋市立大学大学院経済学研究科教授 角田隆太郎先生並びに同准教授 下野由貴先生には、丁寧なご指導をいただきました。謹んでお礼申し上げます。さらに、貴重なお時間を割いてインタビュー調査にご協力していただきました関係者の皆様に深く感謝の意を表します。また、本論文内でありうる誤りは、すべて著者の責任であることを申し上げます。

<参考文献>

- Baumol, William J., Panzar, John C., and Willig, Robert D. (1982), *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure*, Harcourt, Brace Jovanovich.
- 出口将人(2017)「地域の産業集積の多様性とその決定要因ー岐阜県東濃地域の陶磁器産地と他産地の比較をつうじてー」『組織科学』第50巻第4号, pp. 41-53.
- 藤本隆宏(1998)「サプライヤー・システムの構造・機能・発生」藤本隆宏・西口敏宏・伊藤秀史編『サプライヤー・システム 新しい企業間関係を創る』第2章 有斐閣
- 藤島廣二・安倍新一・宮部和幸・岩崎邦彦(2009)『食料・農産物流通論』筑波書房
- 神門善久(2006)「迷宮のJA」神門善久著『日本の食と農ー危機の本質』NTT出版, pp. 71-126.
- 原田英生(2002)「流通・商業とそれを取り巻く環境」原田英生・向山雅夫・渡辺達朗著『ベーシック流通と商業：現実から学ぶ理論と仕組み』有斐閣, pp. 70-92.
- 橋本卓爾・大西敏夫・辻和良・藤田武弘(2005)『地域産業複合体の形成と展開』農林統計協会
- 石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗(2003)『日本の産業クラスター戦略』有斐閣
- 伊丹敬之(1998)「産業集積の意義と論理」伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編著『産業集積の本質：柔軟な分業・集積の条件』有斐閣, pp. 1-23.
- 伊藤秀史, ジョン・マクミラン(1998)「サプライヤー・システム インセンティブのトレードオフと補完性」藤本隆宏・西口敏宏・伊藤秀史編『サプライヤー・システム 新しい企業間関係を創る』有斐閣, 第3章
- James D. Watson, Nancy H. Hopkins, Jeffrey W. Roberts, Joan Argetsinger Steitz, Alan M. Weiner (1987) *Molecular Biology of the Gene, Volume I, Fourth Edition*, The Benjamin / Cummings Publishing Company. Inc. (『ワトソン 遺伝子の分子生物学(上) 第4版』1988 日本語版 松原 謙一(監訳 | 監訳), 中村 圭子(監訳 | 監訳), 三浦 謹一郎(監訳 | 監訳), 菊池 京子(訳), 滝田 郁子(訳), 今成 啓子(訳), 滋賀 陽子(訳), 田口 マミ子(訳) 発行：東京電機大学出版局)
- 加護野忠男(2005)「新しい事業システムの設計思想と情報の有効利用」『国民経済雑誌』第192巻, 第6号, pp. 19-33.
- 加護野忠男(2007)「取引の文化：地域産業の制度的叡智」『国民経済雑誌』第196巻, 第1号, pp. 109-118.
- 加護野忠男・井上達彦(2004)『事業システム戦略ー事業の仕組みと競争優位』有斐閣
- 加護野忠男・石井淳蔵(1991)『伝統と革新』千倉書房
- 加護野忠男・角田隆太郎・山田幸三・上野恭裕・吉村典久(2008)『取引制度から読み解く 現代企業』有斐閣
- 加護野忠男・山田幸三編著(2016)『日本のビジネスシステムーその原理と革新ー』有斐閣
- 金井一頼(2003)「クラスター理論の検討と再構成ー経営学の視点から」石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗(2003)『日本の産業クラスター戦略』有斐閣, pp. 43-73.
- 加納昌彦(2010)「茶の生産・流通における主体間の関係性に関する研究ー静岡県における事例を中心にー」筑波大学大学院生命環境科学研究科博士(農業経営)学位論文
- 加納昌彦・納口るりこ(2009)「静岡県における茶の流通構造ー生産者～流通業者(茶商)への流通経路を中心にー」『農業経営研究』第47巻第1号, pp. 64-69.
- 加納昌彦・納口るりこ(2010)「静岡県における生産者と産地茶商の連携ー製品差別化のための「農商」の取り組みー」『農業経営研究』第48巻第2号, pp. 119-124.

- 加納昌彦・納口るりこ(2010)「茶流通業者の業態変化と産地・消費地間連携」、『農業経営研究』第49巻第2号, pp. 45-50
- 加納昌彦・納口るりこ(2012)「茶の産地-消費地流通における産地茶商の役割」、『農業経営研究』第50巻第3号, pp. 39-44.
- 加納昌彦・納口るりこ(2014)「静岡県の荒茶流通における農協と茶幹旋業者の連携」、『農業経営研究』第52巻第1・2号, pp. 83-88.
- 加納昌彦・納口るりこ(2016)「静岡県の荒茶流通における茶幹旋業者の存立要件」、『農業経営研究』第54巻第2号, pp. 67-72.
- 加瀬良明(2008)「グローバル資本主義への転換=推進体制と世界農業問題の再編構造」農業問題研究学会編『グローバル資本主義と農業 -世界経済の現局面で農業問題研究の「現代性」と意義を問う-』筑波書房, 第1章, pp. 1-38.
- 加藤厚海(2006)「産業集積における仲間型取引ネットワークの機能と形成プロセス - 東大阪地域の金型産業の事例研究 -」組織科学 Vol. 39『組織科学』第39巻第4号, pp. 56-68.
- 加藤厚海(2009)『需要変動と産業集積の力学』白桃書房
- 加藤厚海(2016)「連携のネットワーク 仲間型取引ネットワークと起業家」加護野忠男・山田幸三編著『日本のビジネスシステム -その原理と革新-』有斐閣, pp. 126-147
- 紀州田辺うめ振興協議会「紀州田辺の梅」
- 小西博文(2011)「和歌山県梅産地の需給調整とブランド再構築の課題」、『フードシステム研究』第18巻2号, pp. 120-124.
- Krugman, Paul (1991) *Geography and trade*, Cambridge, Mass.: MIT Press (北村行伸・高橋亘・妹尾美起訳(1994)『脱「国境」の経済学: 産業立地と貿易の新理論』東洋経済新報社).
- 真鍋誠司(2016)「長期的関係による信頼構築」加護野忠男・山田幸三編著『日本のビジネスシステム -その原理と革新-』有斐閣, pp. 38-56
- Marshall, Alfred. (1920), *Principle of Economics*, London: Macmillan and Company, (馬場啓之助訳『マーシャル経済学原理Ⅱ』(1966)東洋経済新報社)
- 松村順二(1984)「福井梅の産地形成過程と現状」『公庫月報』農林漁業金融公庫
- 藻谷浩介(2002)「りんごクラスターの日米比較」『クラスター戦略』第10章 有斐閣
- 西田郁子(2015)「事業システムの革新と農業産地の持続可能性-静岡の茶産業の事例を中心として-」東Asia 企業経営研究 第9号. pp. 69-71.
- 西田郁子(2016)「地域産業における取引制度の分析」企業経営研究 第19号. pp. 47-60.
- 野方宏(1991)「参入障壁とコンテストビリティ理論」西田稔・片山誠一編『現代産業組織論』第2章 有斐閣
- 則藤孝志(2011)「梅干しのフードシステムの空間構造分析」、『フードシステム研究』第18巻1号, pp. 18-28.
- 大越篤(1974)『日本茶の生産と流通』明文書房
- 大西敏夫・辻和良・橋本卓爾(2001)『園芸産地の展開と再編』農林統計協会
- Piore, Michael J., and Sabel, Charles F., (1984), *The second industrial divide*. Basic Books, New York, (山之内靖, 永易浩一, 石田あつみ訳(1993)『第二の産業分水嶺』筑摩書房)
- Porter, Michael E. (1990) *The competitive advantage of nations*, New York: Free Press (土岐坤・中辻萬治・小野寺武夫・戸成富美子訳(1992)『国の競争優位』ダイヤモンド社).
- Porter, Michael E. (1998) *On competition*, Boston, Mass: Harvard Business School Publishing

- (竹内弘高訳 (1999)『競争戦略論 I・II』ダイヤモンド社).
- 斎藤修(2012)『地域再生とフードシステム -6次産業, 直売所, チェーン構築による革新-』農林統計出版
- 斎藤修(2007)『食料産業クラスターと地域ブランド -食農連携と新しいフードビジネス-』農山漁村文化協会
- Saxenian, A. (1994), *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard University Press, Cambridge. (大前研一訳(1995)『現代の二都 物語』講談社)
- 社団法人 静岡県茶業会議所(2010)『お茶のしずか』
- 島義史(2015)「農業の第三者継承における経営資源の継承と経営展開-全国新規就農相談センター「新規就農者(新規参入者)の就農実態に関する調査結果」をもとに-」『農業経営研究』第53巻第2号, pp. 49-54.
- 下野由貴(2013)「サプライチェーンにおける企業間協働の包括的レビュー」『オイコノミカ』第50巻第1号 pp. 39-67.
- 静岡茶商工業共同組合(2002)『才取りが走った』(静岡市茶流通史編資料3)
- 田畑保(2008)「グローバリゼーション下の日本農業とその地域性 -2000年以降の動向を中心に」農業問題研究学会編『グローバル資本主義と農業 -世界経済の現局面で農業問題研究の「現代性」と意義を問う-』筑波書房, 第4章, pp. 129-170.
- 高岡美佳(1998)「産業集積とマーケット」伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編著『産業集積の本質: 柔軟な分業・集積の条件』有斐閣, pp. 95-129.
- 田中英式(2010)「産業集積内ネットワークのメカニズム」組織科学 vol. 43, No. 4, pp. 73-86.
- 田谷健太郎(2012)「紀州南高梅産地における流通システムの変化と生産及び加工への影響」日本フードシステム学会大会報告要旨
- 堤新一(2013)「農業とプロデュース」『アグリ・ベンチャー 新たな農業をプロデュースする』第1章堤新一編 中央経済社 pp. 7-47.
- 植草益(1995)「日本の産業組織」植草益編『日本の産業組織 理論と実証のフロンティア』第1章 有斐閣
- 矢作敏行(1996)『現代流通』 有斐閣
- 山田幸三(2013)『伝統産地の経営学』有斐閣
- 山田幸三・伊藤博之(2008)「陶磁器産地の分業構造と競争の不文律 -有田焼と京焼の産地比較を中心として-」『組織科学』第42巻第2号, pp. 89-99.
- 山田幸三・伊藤博之(2013)「陶磁器産地の分業構造の変化と企業家活動」『組織科学』第46巻第3号, pp. 4-15.
- 山本淳子・梅本雅(2009)「新規参入者への円滑な事業継承に向けた経営対応の課題と方向-併走期間の観点から-」『農業経営研究』第46巻第1号, pp. 101-106.
- 山本淳子・梅本雅(2012)「第三者継承における経営資源獲得の特徴と参入費用」『農業経営研究』第50巻第3号, pp. 24-35.
- 山下裕子(1998)「産業集積『崩壊』の論理」伊丹敬之・松島茂・橘川武郎編著『産業集積の本質: 柔軟な分業・集積の条件』, 有斐閣
- 山崎充(1977)『日本の地場産業』ダイヤモンド社
- 横山英信(2008)「WTO 農業交渉の動向と農政改革の基本的性格」農業問題研究学会編『グローバル資本主義と農業 -世界経済の現局面で農業問題研究の「現代性」と意義を問う-』筑波書房, 第

2 章, pp. 39-80.

吉田誠 (2015) 「日本農業の構造的問題 -危機を乗り越える経営力-」『いま問われる農業戦略 -規制・TPP・海外展開-』ミネヴァ書房 第2章, pp. 63-153.

尹大栄 (2013) 「地場産業における共存共栄の取引制度-南九州地域の焼酎産業のケースを中心として-」『組織科学』Vol. 47, No. 1

Weber, Alfred (1909) Ueber den Standort der Industrien, Erster Teil, Reine Theorie des Standorts, Tübingen: J. C. B. Mohr (篠原泰三訳 (1986) 『工業立地論』(第2版の訳) 大明堂).

Williamson, O. E. (1975), *Markets and Hierarchies*, New York, Free Press. (浅沼萬里, 岩崎晃訳 (1980) 『市場と企業組織』日本評論社)

Williamson, O. E. (1985), *The Economic Institution of Capitalism*, New York, Free Press.

Williamson, O. E. (1991), *Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives*, *Administrative Science Quarterly*, 36. 269-296.

<参考資料>

農林水産省「1950年農林業センサス」

農林水産省「1975年農林業センサス」

農林水産省「1985年農林業センサス」

農林水産省「1995年農林業センサス」

農林水産省「2005年農林業センサス」

農林水産省「2010年農林業センサス」

農林水産省「2015年農林業センサス」

農林水産省「生産農業所得統計」

農林水産省「果樹栽培面積累年統計」

農林水産省「収穫量及び出荷量累年統計」

農林水産省「作物統計」

農林水産省「生産出荷統計」

農林水産省「農協の新事業像の構築に関する研究会」第1回提出資料

経済産業省「平成22年度工業統計」

静岡県経済産業部農林業局茶業農産課「荒茶工場等実態調査」平成22年12月

三重県「茶市場調査」

鈴鹿市ホームページ(農林水業)<http://www.city.suzuka.lg.jp/gyosei/plan/nousui/index01.html>

伊勢茶推進協議会ホームページ, <http://www.isecha.net/index.html>

静岡県経済産業部農林業局茶業農産課「荒茶工場等実態調査」平成22年12月

社団法人静岡県茶業会議所『茶流通実態調査及び生産者に対する意向調査』結果報告書, 平成14年3月,