

生協産直の発展と環境保全型産地形成

田中秀樹*・三国英実*

I. 課 題

過疎化の進展により後退を余儀無くされている山間地農業においては、地域農業の後退に歯止めをかけ、地域農業の再建・農業生産の担い手の拡大が課題となっている。新しく提起された「新農政」では、中山間地農業に対する方策が不十分で、しかも個別経営体、組織経営体を育成し、家族経営の役割を後退させる方向が打ち出されているが、山間地においては、高齢者や婦人労働力を活用し、野菜やその加工品を含めた多品目生産により、地域農業を振興させた事例が存在する。さらに、「新農政」では、環境保全に果たす農業の役割が指摘されているが、その農業を支えるのが家族農業であり、集落を基礎とする農家の共同活動であることが軽視されている。生協産直と結びつき、家族農業を基礎に、消費者に安全で良質の農産物を供給する取り組みが、環境保全型の有機農業の取り組みとなり、これに向けて新たな農法を形成しつつある事例が生まれている。

翻って、生協産直についてみると、産直の初期のグループ間の提携段階から、農協・生協間の組織的な提携段階へと発展しており、産地の多品目化・多元的市場対応に対応して、重層的な産直提携関係が生まれてきている。産直の取り組みは、都市の消費者に即してみれば、食生活の見直しであり、食生活様式の実践的な再編成過程である。

以下では、以上の課題を実践的に切り拓きつつある島根石見農協と生協ひろしまの産直提携を事例に、産直の発展過程と環境保全型の多品目産地づくりの過程を相即的に取り上げることにする。

II. 産直の展開過程と野菜ボックス産直

1. 生協ひろしまの産直活動と野菜ボックス産直

(1) 生協ひろしまの事業展開と産直の位置

まず、生協ひろしまの事業展開における産直の位置からみていくことにしよう。生協ひろしまは、組合員約20万人、供給高450億円の共同購入中心型の生協である。近年、共同購入の伸びが縮小する中で、新たに店舗展開がめざされている。とはいえ、未だ供給高の約9割が共同購入で占められている。

生協ひろしまの青果物取扱いの歴史は、ほぼ産直の歴史といってよいが、個人・生産者グループとの産直から協同組合間提携型の産直へと発展してきて、大きく2つの流れを含みつつ展開してきた。ひとつは、農協婦人部の自給野菜の余剰分の分け合いという「分け合い型産直」から、支所ごとの野菜ボックス方式へという流れである。そこでは、大規模化する生協の産直需要に対して、支所ごとの産直という形で量の解決が見出されると同時に、交流の組織的単位も、農協と支所単位の組合員という形で整理されるようになった。また、産直内容としてみれば、分け合いから野菜ボックス方式への再編は、分け合いの精神を維持しながらも、余剰野菜の分け合いというレベルをこえ、より商品化され組織化された産直方式であり¹⁾、産直野菜の品質の管理と出荷調整機能が必要とされるようになる。野菜ボックス産直という計画的なシステムは、たとえばボックスの内容が生産者にまかされているとはいえ（この点がボックス方式の重要な点である）、金額にふさわしい

* 広島大学生物生産学部

内容を定期的に品揃えする必要に迫られ、余剰野菜という不安定な出荷量では対応しにくくなるからである。

もうひとつの流れは、より大規模で全支所対応可能な産直方式として組織化された「卸売市場利用型産直」である。これは、市場機能を利用することにより、一定規格のものを一定量、計画的に確保でき、しかも県内周辺産地については交流も可能な方式として開発されたものである。この卸売市場利用型産直は、協同組合間提携を背景にしているように、産直の組織的提携段階の産物であり、その意味でも分け合いから出発した産直の積み重ねの歴史を基礎としている。と同時に、県内周辺産地との卸売市場利用型産直についてみれば、同一産地について、同時に野菜ボックス産直も行われており、重層的な産地と消費地の提携関係の一環に、卸売市場利用型産直が位置づいているのである。また、卸売市場利用型産直自体の内容についてみても、県内野菜産地の育成と消費者の食生活の改善を結びつける方向で、市場機能が発揮されていることも重要な点であろう。卸売市場利用型産直が開始された80年代後半は、減反とともに形成されてきた県内小規模野菜産地が、高齢化により停滞・縮小局面を迎えた時点であり²⁾、それだけに、県内産地の育成とつながる市場機能の発揮と産直が結びつくことは、正しく評価する

必要がある³⁾。

さて、こうした産直方式を、生協ひろしまの全青果物取扱いの中で位置づけてみると図1のようになる。図のように、生協ひろしまの青果物仕入れルートは、主に7ルートあり、その内、卸売市場取引を経由する物が約27%である(図の⑦ルート)。このルートのみが本来の卸売市場経由ルートであり、他のルートに比べて生産者・生産地を特定しない点が異なる。このルートの取扱い品は主に県外産果実である。

次に、①のルートは、生協ひろしまの産直のルートであり、②も含め、明確に産直と位置づけることができるルートである。①ルートが全体に占める割合は約6%とそれ程多くはないが、野菜ボックス産直はここに含まれ、生協ひろしまにおけるその位置づけは高いと思われる。

③のルートが、卸売市場利用型産直と言えるものであり、卸売市場を通すが、生産者・生産地が明確で、生協と産地との話し合いが行われているものである。しかし、生協組合員と産地との密接な交流が行われているのは、その内の県内周辺農協を産地とし、県経済連、東部市場を経由するものであり、組合員レベルでの交流のない県外産地ルートも「産直」に含めるのは問題が残る。産直と定義するか否かについては、組合員と生産者との交流にもとづく相互理解の発展を重視しており、

図1 生協ひろしまの青果物仕入れルート (1991年度)

①生産者	→ 生協	1.25億円	6.0%
(個人・グループ) ex. 山上リンゴ園、高畑みかん園、梅迫みかん園、西田農園他 (農協) 野菜ボックス 1991年度 のべ60721個			
②農協	→ 生協	0.92億円	4.3%
③生産者	→ 卸売市場 → 生協	8.71億円	41.4%
(県内農協 → [県経済連] → 東部市場 → 生協) 県内産野菜17産地27品目 (生産者 → 卸売市場(東部・中央) → 生協) 県内外青果物			
④生産者	→ 産地市場(仲買、商社) → 生協	1.36億円	6.5%
⑤生産者	→ 全農センター → [日生協] → 生協	1.56億円	7.4%
	→ 業者 →		
⑥経済連、農協直販部	→ 生協	1.43億円	6.8%
ex. 宮崎県経済連、農協直販 タマネギ、サラダホーレンソウ、ピーマン			
⑦市場	→ 生協	5.68億円	27.0%

(注：聞取りによる)

ここでは後者の県外産地との提携のように交流を含まないものは、「産地指定」と理解することにしたい。③のルートは、8.7億円と青果物取引の約4割を占めているのであるが、そこには卸売市場利用型産直として、産直と位置づけられるものと、産地指定的なものの双方を含んでいることになる。④、⑤、⑥のルートは、産地・生産者が特定でき話し合いがもたれているが、交流は行われておらず、産地指定的なルートである。

以上のように、生協ひろしまの青果物仕入れルートは、産直ルート(①、②)、卸売市場利用型産直ルート(③の県内物)、産地指定ルート(③の県外物、④、⑤、⑥)、そして市場ルート(⑦)として整理することができる。

(2) 野菜ボックス産直の展開

生協ひろしまの産直活動の歴史を振り返ってみると、野菜ボックス産直は、分け合い産直から出発した生協ひろしまの産直の歴史を直接継承し、その分け合い産直の展開形態として、生協ひろしまの種々の産直活動の中でもメインに位置するととらえてよいであろう。野菜ボックス方式は、産直活動の要となる生産者と組合員との相互交流が日常的に組織しうるからであり、生産地と消費地との多様な提携関係が発展しつつある中で、野菜

ボックス方式は、そうした重層的な提携関係の要としての位置にある。

こうした野菜ボックスについて、その展開過程を概観しておく、表1のようになる。1987年よりはじまり、次第に参加農協も増え、それに伴ってボックス数も拡大し、1990年にはのべ約64,000ボックスが利用されるようになった。年間を通してみれば、利用者数は時期によって差があり、多い時期で約3000名(ボックス)、少ない時期(お盆)で約1000名(ボックス)である。1ボックスの価格は農協によって異なり、島根石見農協は当初1600円で出発し、分け合いの延長線上でグループあるいは2軒で購入するなどしていたが、その後90年にはボックスを少量化し、1ボックス1000円となっている。つまり、当初は分け合い産直の延長線上でボックス方式も考えられ、1ボックスを班や組合員同士で分け合うやり方で出発するが、次第に分け合い方式から個人購入方式にボックス産直自体が変化したのである。その現れが1ボックス1000円であり、それが実行された1990年には、ボックス数が一挙に倍増していることが見て取れる。なお、他農協については当初1300円でスタートするが、その後やはり1990年に1ボックス1000円に統一されている。ただし、世羅郡農協と野菜ボックス産直を行う三原支所のみ、92年から800

表1 生協ひろしま野菜ボックス供給状況推移

年	box 数	供給高	石見農協分%	野菜ボックス参加農協
				(単位 box、千円、%)
1987年	10623 b	16997	10623 b 100.0	石見農協、比和町農協
1988年	29991 b	38559	15246 b 50.8	石見、比和、庄原市、布野村、千代田
1989年	27347 b	37924	11005 b 40.2	石見、比和、庄原、布野、千代田
1990年	64141 b	64141	37410 b 58.3	石見、比和、庄原、布野、世羅郡
1991年	60721 b	57966	37159 b 61.2	石見、比和、庄原、布野、世羅郡、油木、東広島市
1992年	55924 b	54557	30021 b 53.7	石見、比和、庄原、布野、世羅郡、油木、東広島市

注1) 生協ひろしま資料および聞き取りによる。但し、1987年分は比和町農協分のデータがなく、石見農協分のみである。

- 2) 1ボックス価格は、石見農協は1987~1989年は1600円、他農協は1987~89年まで1300円、1990年からすべて1000円となった。ただし、1992年より三原支所のみ800円である。
- 3) 農協名は、農協合併により比和町農協は庄原農協比和支所に、というように変化しているものもあるが、ボックス産直はそのまま支所に引き継がれている。東広島市農協分は造賀支所および対応する生協東広島支所独自の取組みであり、数字には含まれていない。また、1993年になって三次農協布野支所との野菜ボックスは中止され、現在6つの農協および農協支所と取り組まれている。

円とさらに少量化した。

現在6つの農協および農協支所と野菜ボックス産直が行われているが、その中軸を担うのは、何と云っても島根石見農協である。表1に見る通り、

石見農協の野菜ボックス数が全体の約半数を常に占めている。石見農協が提携している地域は、広島県西部に位置し広島市のベッドタウンである庚午、廿日市、五日市支所であり、石見町から高速

表2 生協ひろしまと島根石見農協の交流と産直の歴史

年	交流活動	産直・供給活動
1981	<ul style="list-style-type: none"> 農協、石見町が生協を訪問（6月） 生協理事、石見町を訪問（11月） 	
1982	<ul style="list-style-type: none"> 第1回交流会（5月、於石見町） （生協組合員と農協婦人部が交流） 生協まつりに参加（11月） （農産物、加工品を販売。以後毎年継続） 	<ul style="list-style-type: none"> 生協まつりにはじめて野菜出荷 秋より石見たくあん供給開始
1983	<ul style="list-style-type: none"> 産地見学・日常交流の開始（毎年継続） 	<ul style="list-style-type: none"> 西支所（現庚午、五日市、廿日市支所）で分け合い市開始
1984	<ul style="list-style-type: none"> 生協組合員の農業体験を開始（毎年継続） 	<ul style="list-style-type: none"> ばれいしょを供給開始
1985	<ul style="list-style-type: none"> 親子自然観察教室を開始（毎年継続） 	<ul style="list-style-type: none"> 分け合い産直定例化 （初年度実績400万円） しめ縄、パーク堆肥、米の供給開始
1986	<ul style="list-style-type: none"> 産地見学、苺、トマトのもぎ取り等の交流盛んに行われる 	<ul style="list-style-type: none"> 分け合い産直の実績が111回、約1000万円に（定例分け合い市6ヵ所、イベント分け合い市12ヵ所）
1987	<ul style="list-style-type: none"> 野菜ボックスの開始に伴い、野菜ボックス代表者会議（産直委員、産直担当の生協職員、農協、生産者代表）を、石見と広島で交互に開催し、ボックス方式の改善を相談 	<ul style="list-style-type: none"> 野菜ボックス供給開始 ばれいしょ、玉ねぎが契約作物となる
1988	<ul style="list-style-type: none"> イチゴ狩、稲刈りツアー、イモ堀ツアー、野菜ボックスの里を訪ねるツアー、ボックス野菜を使った料理教室等、活発に開催 第1回大交流会を宮島にて開催（11月） 	
1989	<ul style="list-style-type: none"> 野菜ボックス生産者会結成（2月） 農協、生協間で協同組合間提携（5月） 第2回大交流会（於石見町、11月） 	<ul style="list-style-type: none"> 生協の土曜朝市への供給（五日市店）
1990	<ul style="list-style-type: none"> 生協より石見町へホームステイ 第3回大交流会（於広島、11月） 	<ul style="list-style-type: none"> ボックスを少量化、1箱1000円に変更 野菜ボックス約37,000箱に
1991	<ul style="list-style-type: none"> 10周年記念交流会を開催（於石見、5月） 第4回大交流会（於石見、11月） 	
1992	<ul style="list-style-type: none"> 生協の組織改革に伴い、交流単位が支所から行政区に変更、支所ごとの産直委員会も行政区別の商品委員会に変更 第5回大交流会（於広島、11月） 	<ul style="list-style-type: none"> 生協店舗の拡大に伴い、店舗での分け合い市も増加 野菜ボックス約30,000箱に減少

注1) 河野直哉「野菜の『ボックス産直』から学ぶこと」協同組合経営研究月報、1991年9月に加筆。

道路で約1時間で通える距離である。

さて、それでは、野菜ボックス産直の中軸を担う島根石見農協との野菜ボックス産直について次にみることにしよう。

2. 島根石見農協との野菜ボックス産直の展開過程

島根石見農協との産直は、生協ひろしまの産直の中で歴史の古いものの1つであると同時に、その組合員と生産者との交流の活発さにおいて群を抜いている。こうした石見農協との活発な交流は、実は物の産直が始まる前に、まず人的交流から出発しその積み重ねの中で物の産直へと発展していったことが背景にある。「交流から産直へ」が石見農協との産直活動の特徴であり、当初から相互の信頼関係づくりが重視される中で、物の産直が後から様々に組織化されていったのである。

(1) 交流から分け合い産直へ——第1期

交流の始まりは、1981年、「米の生産調整が厳しくなるなかで、米に対する消費者の嗜好を知り、消費を拡大するため、『広島のみじめな消費者と交流したい』とあって島根石見農協から広島県民生協と広島中央市民生協を訪問したことに発す

る」⁴⁾(表2参照)。翌82年には、農協婦人部が中心になって石見町で生協組合員との交流会を実施し、秋の生協まつりには逆に農協から野菜や特産品を持って参加し、本格的な交流がスタートした。83年以降、農業体験や親子自然観察教室など日常的な交流が次々実施されるとともに、生協まつりへの野菜出荷を契機に、農協婦人部の余剰野菜の分け合い市も各所で行われるようになる。こうした交流と分け合い市の積み重ねの中で、本格的な産直として85年に分け合い産直が定例化する。

このように、人的交流を基礎に、①生協まつりへの野菜出荷、②分け合い市への発展、③分け合い市の拡大と定例化として、三段階的に発展してきたのが、82年から86年にかけての展開である。この時期は、様々な交流が行われ始めるとともに、分け合い市が組織化され、さらに、たくあん、しめ縄、ばれいしょ、たまねぎ、パーク堆肥、米など、主な産直品が顔をそろえる時期として(表3参照)、産直第1期と、とりあえずは区分することができそうである。

しかし、分け合いという方式は、全量引取りの原則により量調整が難しく、残品を持ち売りしなくてはならず、往々にして余った野菜を組合員側の責任者が買い取る場合も多く、組合員のまとめ役のところでの負担となっていた。そこで、1987

表3 石見農協の生協ひろしまとの取引実績

(単位 1000円)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
わけあい市		試験 供給	ワケアイ	4123	9759	1016	320	700	677	730	1324
野菜ボックス					111	22回	7回		23回		
しめ縄				試験 供給	1553	5700	17926	24521	22384	20069	21510
たくあん	試験	タクアン	1651	タクアン	タクアン	タクアン	タクアン	タクアン	7369	6580	3327
バレイショ	供給	バレイ	バレイ	バレイ	バレイ	バレイ	2623	2191	1930	2280	1173
たまねぎ					玉葱	玉葱	1866	2831	3500	3900	4970
米					米	米					
チドリ							250 t	330 t	215 t	330	300
コシヒカリ							150 t	250 t	139 t	330	200
パーク堆肥								247	5721	3070	2167

注1) 石見農協資料より作成。金額不明な年については、品目名を記入した。

2) しめ縄の単位は1000個である。

年から野菜ボックス方式へと移行したのである。

(2) 野菜ボックス方式への移行——第2期

野菜ボックス方式の仕組みは、春、夏、秋の3期に分け(当初は上期・下期の2期)、各期ごとにボックス購入者を募集、登録し、登録者に対し週1回の割合でボックスが共同購入ルートで配送される仕組みである。1ボックスは1600円で、89年までは、2軒ないし班で登録し分け合う方式がとられていた。物流は、農協の広島中央市場への出荷便に混載し、支所まで農協が運び、そこから生協の共同購入便で各組合員宅まで配送される方式である。このように、ボックス方式は、分け合い方式に比べ、出荷量と引取り量が同じとなり、農協での計画的な作付けと計画出荷が求められることになる。農協の側では、分け合いのように出荷者は誰でも自由というわけにはいなくなり、89年には、兼業農家の婦人達を中心に野菜ボックス生産者会が結成された。

しかし、こうした野菜ボックス方式も簡単に軌道に乗ったわけではない。87年から翌88年にかけては、試行錯誤の連続であり、「ほとんどクレーム処理に明け暮れた」(当時の組合員野菜委員メンバー談)ようである。野菜ボックスがスタートして以降、ほぼ毎月のように野菜ボックス代表者会議が行われている。代表者会議のメンバーは、生産者、農協、生協組合員産直委員、生協職員の四者であり、四者会議とも呼ばれている。代表者会議での議題は、クレーム対応などボックス方式の改善についてだけではなく、親と子の自然教室や産地見学等の交流や行事の打合せも含まれている。また、ボックス野菜を使った野菜教室や料理講習会、さらに支所ごとの広報紙が産直委員によって発行されるなど、様々な工夫と改善、ネットワークが、四者会議から生み出され、実行に移されていった。野菜ボックスの内容は生産者にまかされているため、組合員にとってなじみのない野菜、料理法のわからない野菜が入ることもある。それが組合員の苦情となる場合もあるが、そうした野菜の料理方法を生産者カードとともにボックスに入れたり、広報紙で流したり、あるいは支所での野菜教室・包丁教室により野菜料理のレポーターを増やしていくといった工夫も行われてい

るのである。また、共同購入で配達し、ボックス登録者を募集する生協職員に対し、試食会を行ったりする工夫も行われた。

この四者会議を中核に生み出されるネットワークの広がり、生協組合員あるいは生産者にとっても、さらに相互の協同組合の職員にとっても相互認識と貴重な学習の場となり、人間的な交流を生み出していったようである。ボックス野菜の傷みやなじみのない野菜への組合員の苦情や疑問に対し、この四者会議の場で解決方法が相談され、ボックスの改善や野菜教室・料理教室などが組織されていくのである。組合員の苦情・クレームに対し、相互の対応窓口がしっかりしているとともに、「すぐに気持ち伝えられる」という人間的な信頼関係を確立していったことこそが、ボックス方式を改善し定着させていった原動力であろう。

87年の野菜ボックスの開始から89年にかけては、野菜ボックス方式を生み出し定着させていく過程であるが、その過程自体が、クレーム処理を相互の信頼関係の中で克服し交流を促進し、様々な人的交流を伴いながら、相互理解を蓄積する過程であったといえよう。野菜ボックスという産直事業が、様々な交流に支えられて成立し、まさに交流・運動に支えられる産直事業として存在していたことが、この期の特徴である。

(3) 個人購入の野菜ボックスへ——第3期

1990年から野菜ボックスが1ボックス1000円となり少量化した。つまり、完全な個人購入方式に変更されたのである。それにより、確かにボックス数はのべ約1万1千ボックスから約3万7千ボックスに増加し(表1)、さらに利用者数も拡大した。利用者数について平均で推定してみると、1600円ボックス時代の700~800名程度の利用者から1200~1300名に拡大しており、個人購入方式になり、ほぼ500名近くの新たな利用者が増えたことがみてとれる。

90年以降の野菜ボックス産直の変化を象徴するのは、92年のボックス数の減少であろう。のべボックス数が前年の3万7千ボックスから約3万ボックスへと減少している(表1)。利用者数でいくと1200~1300名から1000名に減少している。この原因については、次の3点が指摘できる。①市場

相場が安値で推移しているため組合員が野菜ボックスに結集しない、②産直委員会がなくなり、行政区別の商品委員会に再編されたため組合員の産直活動が停滞した、③支所ごとに配置されていた産直担当がなくなるなど生協職員の産直バックアップ体制が減少した、という3点である。

特に第1の点は、ボックス野菜利用者の中で市場相場に左右されやすい利用者が増え始めたということであり、個人購入方式への転換の反映とみることができる。よりよい野菜をより便利に手に入れたいという消費者の願いに応える面では、ボックスの個人別購入方式への移行は積極的であるが、反面、そうしたすぐれた野菜を作り届けるための苦労や生産者の思いは消費者にストレートに伝わりにくくなる。同時に、事業システム化が進み、交流の位置も変化してきている。分け合い産直の時期から関わってきた組合員や農協担当者から、「最近の交流はイベント化しつつある」、あるいは「産地見学や交流がボックス利用者拡大のPR用のメリットの1つになってきている」といった声が聞かれるのは、交流が事業システムに付随するものへと変化してきたことの現れであろう。「交流から事業へ」と形づくられてきた野菜ボックス産直が、事業システムとして確立する中で、事業に付随する交流へ、しかもイベント的な交流へと、交流の位置が次第に変化してきているのである。イベント的な交流においては、ボックス利用者は消費者として行動しがちであるし、生産者はそうした消費者を前にして「交流から疎外され、交流に負担を感じる」ようになる。

こうした問題局面をどのように打開するかが現段階の課題となっている。

3. 野菜ボックス利用者の特徴

野菜ボックスが個人購入方式になり、利用者が拡大したが、どのような組合員がボックスを利用しているのか、アンケート結果（1992年11月実施、石見農協野菜ボックス利用者から約3割、400名を抽出、回収率79.8%で320名から回答）から関連部分を紹介しておこう⁵⁾。

野菜ボックス利用者の特徴は、ほぼ生協組合員の平均と同様で、子育て世代の女性が多いが、無

職の人が56.3%と過半数を越している点が異なっている（組合員平均約43%）。さらに、世帯主職業について、管理職が約2割と多い点が特徴的であり（組合員平均約1割）、概してホワイトカラー層が生協組合員平均以上に多い。

次に、野菜ボックスの利用開始時期についてみると、約4割が今年からと答えており、3年以上の継続的な利用者が約3～4割に対して、新規利用者が予想以上に多い。ボックスの利用状況については、「特別な理由がない限りいつも利用」が約4割、「だいたい利用」が約2割弱と、約6割弱が固定的な利用者である。

表4 野菜ボックスを利用して良かったこと（4つまで複数選択）

	回答者	構成比
野菜の料理方法を学べた	66	20.6%
知らない野菜を知ることができた	194	60.6
生産者の野菜づくりの苦労を知ることができた	69	21.6
生産者と交流でき、親近感を持たせた	29	9.1
子どもが野菜をたくさん食べるようになった	16	5.0
野菜のおいしさを改めて知ることができた	78	24.4
野菜ボックスを通じて季節感を持たせた	114	35.6
野菜が高値の時、価格が安定していてよかった	91	28.4
買物に行く手間がはぶけた	157	49.1
安全な野菜を安心して食べることができた	246	76.9
その他	2	0.6
NA	14	4.4

野菜ボックスの利用理由については、回答の多い順に、①安全性が高い83.4%、②鮮度が良い60.3%、③生産者がわかり信頼できる50.3%、④野菜をたくさん食べられる36.9%、⑤配達してくれて便利32.5%、⑥味が良い30.6%、⑦どんな野菜が入ってくるか楽しみ29.4%、となる。安全性が高いことがボックスを利用する最大の理由である。次いで、ボックスを利用して良かったことをみると（表4）、順に、①安全な野菜を安心して食べることができた76.9%、②知らない野菜を知ることができた60.6%、③買物に行く手間が省けた49.1%、④季節感を持たせた35.6%となる。やはり、安心して食べられる野菜ということで信頼さ

表5 野菜ボックスに入れてほしい品目・入れてほしくない品目

順位	毎回入れてほしい物	隔週で入れてほしい物	シーズンに1度入れてほしい物	入れてほしくない物
①	きゅうり 773	キャベツ 482	ふき 216	ずいき 228
②	ほうれん草 616	大根 477	スイートコーン 182	モロヘイヤ 177
③	ねぎ 459	人参 330	たけのこ 175	みょうが 174
④	トマト 338	白菜 296	みょうが 168	にんにく 103
⑤	レタス 318	レタス 277	かぼちゃ 144	ササゲ 80
⑥	人参 306	ごぼう 237	にんにく 106	オクラ 59
⑦	キャベツ 199	ねぎ 191	枝豆 106	なめこ 58
⑧	生しいたけ 194	ほうれん草 186	えんどう 86	ふき 58
⑨	ピーマン 156	ピーマン 180	ごぼう 80	たけのこ 58
⑩	プチトマト 151	生しいたけ 176	オクラ 77	間引きごぼう 49

注1) 生協ひろしま野菜ボックスアンケート (庚午支所分) 1990年1月実施より

2) 数字は回答者数。全回答者は913名。

れていることがわかる。次いで、知らない野菜を知ることができたが、約6割の支持を集めていることが注目できる。現在の野菜の流通経路からいくと、その地方の伝統的な在来野菜が流通に乗りにくくなり、流通過程が消費者の食生活を規定する側面が強まっているが、ボックス野菜では農家が食べている野菜を都市消費者も食べられることになる。当然、料理方法がわからないという苦情も出るが、料理方法も解説されており、「野菜の料理方法を学べた」という意見も約2割の支持を集め、野菜ボックスの魅力の1つとなる。

関連して、生協ひろしまの支所産直委員会が行ったボックス利用者へのアンケート結果 (1990年1月) によれば、ボックスに入れて欲しい野菜、欲しくない野菜から、都市消費者の野菜消費の一端が浮かびあがってくる (表5)。野菜ボックスに毎回入れて欲しい野菜は、生食ないしは加工が簡単な、すぐ食べられる野菜が多い。隔週で入れて欲しい野菜は、大根、人参、白菜、ごぼう等の根菜類が目立ってくる。「隔週」とは、一週間で使いきることができないという意味であり、大根1本、白菜1玉を一週間で使い切れないのが都市消費者の野菜消費の現状ということになる。「このボックスの野菜を一週間で食べきれないなんて、生協の人の身体は大丈夫ですか」という驚きの声が生産者から出るほど、農村と都市の野菜消費が乖離し始めているとすれば、ボックス産直は農村

と都市を結ぶ食文化の継承という意味も持ち始めている。野菜ボックスが、単に安全な野菜の流通方式としてだけではなく、都市消費者の野菜消費の現状変革と結びついていることの認識が重要であろう。

Ⅲ. 環境保全型多品目産地形成と産直

1. 町と農協による「有機の里」づくり

島根県石見町は、周囲を600~800[㍎]級の山々に囲まれ、標高150~300[㍎]の山間高原地帯の盆地の町である。総土地面積の内、林野が85%、耕地が14%、農家戸数は1200戸で、1戸当り耕地面積は0.74[㍎]である。兼業農家率は、86.8%と高い。

この石見町では、昭和30年代初めまでは地域資源利用型の山村経済が形成されていた。水田・里山・山林という土地条件を生かした産業である稲作+畑作・畜産+炭焼により、山村の生活が成り立っていた。高度経済成長に伴い、炭焼が衰退し、輸入自由化で畑作物が減少し、農家の多くは出稼ぎに出るようになった。昭和40年代に入り、町では企業誘致策を進め、地元雇用が次第に増え、出稼ぎは減少してきた。地元雇用が増えるとともに、誘致企業の求める安定的な労働力供給条件の確保のため、農地の圃場整備が必要となり、1972年より圃場整備事業が導入される。こうして、石見町

では、米単作＋第2種兼業という構造が促進され、自給野菜の栽培も減少した。大多数の農家が兼業化する中で、酪農、葉たばこ、野菜の部門で専業農家が形成された。野菜では夏秋トマト、秋冬大根、秋冬白菜などの産地形成が見られたが、他県産と競争、連作障害、市場価格の低下などにより衰退していった。

ところで、経済の低成長期に入り、下請企業など誘致企業の経営合理化による人員削減があり、また、農業生産の担い手がますます高齢化し、集落によっては、農地の維持・管理が困難になってきた。また、猪、猿、鳥などの被害も深刻化しつつあった。こうした中で、町と農協では新たな状況に対応した農業の振興方策が必要となってきた。町では、1983～84年に地域営農集団を組織し、農地の保全と賃貸借を進めるとともに、特産物の振興を奨励した。農協ではパーク堆肥工場を1976年に設立し、水田と野菜畑の地力回復を図り、また、婦人部が中心となり、81年より野菜の50万円自給運動を展開した。88年度の町の第3次総合開発計画では、水上の有利な位置と森林資源に恵まれ、また畜産農家が存在し、土づくりの条件があることから、石見町が消費者に安全で高品質な農産物を供給する拠点となる方向が打ち出され、産直も流通対策の中に積極的に位置づけられた。こうした町と農協の連携と、普及所の協力体制も得られ、石見町での有機農業確立に向けての努力が現在続けられている。

石見農協における有機農業への取り組みについてみると、まず第1に、パーク堆肥による土づくりを重視していることがある。堆肥工場で生産されるパーク堆肥は、近隣森林組合のチップ工場の副産物である樹皮を利用し、管内の畜産農家の糞尿を投入、醗酵のための菌を購入し混ぜたものであり、地域資源を活用した堆肥生産となっている。町内の農家には、パーク堆肥1トにつき、農協が3000円、町が1500円助成し、農家は3000円で入手することができ、さらに農協の堆肥散布機で散布する場合、運搬・散布料2000円で散布できるため、農家はト当たり5000円で堆肥投入ができる。町と農協は10a当たり2ト散布運動を進めている。

堆肥使用の効果は、収量の安定、品質の向上、農薬散布量の減少などに現れている。たとえば、

一等米比率は県内一であり、地力が高まったことでいもち病などの発生率が低下した。野菜栽培においても、連作障害の制限、農薬散布量の削減、秀品比率の増大などの効果が現れている。

土づくりと関わって、石見農協では無農薬栽培を目標に、可能な限り農薬散布を縮小するための農法を追求しているのが第2の特徴である。地域資源を活用した、炭焼きの際の副産物の木酢、あるいはトウガラシ（タカノツメ）汁の散布による病虫害防除法の追求や、生物を利用した防除も行われている。また、相性の良い作物を近くに植えることによる病虫害防除も工夫されている。

以上の農協の取り組みに加えて、町も有機農業促進のために1991年度に有機農業振興協議会を設置、その活動の一環として有機無農薬実験圃場をつくり、栽培技術の研究、経営、流通など総合的な実験を実施している。

2. 多品目産地形成と農協の補完機能

農家の大多数が第2種兼業農家となり、しかも高齢化が進行するもとの、石見農協の営農活動が多品目産地形成を支えてきている。

その特徴は、第1に、個々の農家の条件と農家の営農意欲に依拠し、積極的な農業振興方策をたて、これを推進していることである。農協婦人部の野菜自給運動から出発し、今ではその生産が契約栽培の一形態として定着している、生協ひろしまの野菜ボックス産直も、農協の営農活動の1つである。さらに、米づくり一辺倒からの脱却を目指し、農産物の現金収入を拡大する方策として、15品目を選定し、その普及を目指すとともに、87年より1戸50万円販売1億円達成運動を展開した。これは、タデ、ばれいしょ、玉葱等々の販売合計金額50万円以上の農家を新たに200戸育成し、農業所得の増大を図ることを目指して進められている。92年度、この運動の達成者は46戸である。

第2の特徴は、生産者組織の育成であり、野菜ボックスの場合も、野菜ボックス生産者会へと組織されていた（78名）。92年度の農協の生産者部会組織は、葉たばこ20名、酪農13名、椎茸95名、肉用牛155名、養蚕8名、出荷野菜180名である。農協の営農指導員は、農産4名、畜産3名、生活

表6 島根石見農協販売高推移

	(万円、%)				
	1988	1989	1990	1991	1992
米	60,326(46.0)	63,574(46.4)	67,035(47.3)	60,617(43.2)	58,683(40.6)
雑穀	704(0.5)	523(0.4)	287(0.2)	312(0.2)	492(0.3)
まゆ	867(0.7)	1,306(1.0)	925(0.7)	668(0.5)	492(0.3)
野菜	12,935(9.9)	11,714(8.5)	12,280(8.7)	14,270(10.2)	14,616(10.1)
果実	2,239(1.7)	1,735(1.3)	1,983(1.4)	1,621(1.2)	1,224(0.8)
椎茸	2,823(2.2)	3,538(2.6)	3,646(2.6)	3,752(2.7)	4,479(3.1)
鶏卵	2,190(1.7)	2,232(1.6)	2,134(1.5)	2,626(1.9)	9,676(6.7)
肉牛	21,684(16.5)	22,445(16.4)	20,830(14.7)	26,352(18.8)	24,801(17.1)
牛乳	21,319(16.3)	22,877(16.7)	23,956(16.9)	23,403(16.4)	22,442(15.5)
たばこ	4,860(3.7)	6,104(4.5)	6,568(4.6)	5,481(3.9)	6,591(4.6)
その他	1,095(0.8)	1,104(0.8)	2,104(1.5)	1,351(1.0)	1,162(0.8)
合 計	131,042(100)	137,151(100)	141,746(100)	140,453(100)	144,658(100)

注) 島根石見農協資料より作成

2名の9名であるが、普及所との協力体制もとりながら、生産者組織の指導にあたっている。こうした生産者の共同組織、共同活動が個々の農家の営農活動の大きな支えとなっている。

農協営農活動の第3の特徴は、農家の営農と共同活動を補完する共同施設の充実である。堆肥工場の他、組合員の共同利用と作業受託のための農機センター、子牛の肥育センター、稲作のための共同育苗センターおよびライスセンター、低温倉庫、野菜生産のためのハウス団地、選果場、農産加工場、さらに養蚕のための稚蚕飼育場などの施設が整備されている。

石見農協の以上のような積極的な営農活動によって、石見町の農業生産は多品目総合産地としての展開を示している。表6の農協販売高推移をみると、販売額の増大傾向とともに、米の比率の低下(約4割)、野菜、椎茸などの増大が特徴的である。農産物の大量輸入、政策価格の抑制、担い手の減少や高齢化という、農業を取り巻く厳しい環境の中で、農業生産を全体として伸ばしつつあることは注目される点である。畜産についても、有機農業を確立する政策の中で積極的に位置づけており、耕種と畜産との結合による総合的な産地形成を、農家、生産者組織、農協、町の総力を挙げて図りつつある点である。

3. 多面的販売対応と生協産直

多品目総合産地形成と対応して、石見農協では、組合員農家の生産した農産物の商品化において、多面的な販売努力を行っている。

第1には、農産物の多面的流通システムの形成を図っている点がある。野菜販売についてみると、卸売市場ルートと生協ルートの2つに大きく分けられるが、卸売市場ルートは、ハウス団地(4名)と野菜生産部会(180名)の野菜が主として出荷される。野菜販売量の約80%はこのルートで出荷されており、農協から、島根県経済連を通して広島中央卸売市場に集中的に出荷されている。卸売市場に出荷される野菜は規格品が中心となる。次は、生協ひろしまとの産直ルートであるが、これにも4つの形態がある。1つは、卸売市場利用型産直であり、これは、卸売市場ルートで出荷された野菜の内、ちんげん菜、大根、ほうれんそう、春菊など、一部野菜が予約相対取引で生協に供給される。2つは、生協の共同購入と店舗に供給するための直接販売ルートであり、93年からはこのルートで販売する生産者が14名で生協との契約取引を開始した。3つは、野菜ボックス産直のルートである。4つは、玉葱、ばれいしょの直接産直ルートである。このような多面的流通ルートの形

成は、野菜生産者の新たな組織化につながっている。肥育牛の販売でも系統出荷の他に、50頭ほど太田産地食肉センターで部分肉にし、石見農協の農協店舗で地元住民にいわみ和牛肉として販売している。

石見農協は、第2に、農産加工場を持ち、漬物加工に積極的に取り組んでいる。たくあんは製品加工まで行い、広島菜、高菜は一次加工（荒漬）で二次加工業者に販売している。原料となる大根、広島菜、高菜の生産は伸長しつつあり、原料供給に関わる生産者は169名である。製造されたたくあんは、無添加、無着色であり、給食センターに50%、広電の寮に10%、生協ひろしまに20%、その他旅館に20%販売している。漬物加工は野菜生産の担い手を拡大し、地元雇用を促進し、健康な食品づくりとしも機能している。

第3に、生協ひろしまとの産直を積極的に位置づけていることである。82年のたくあんの産直開始以降、野菜だけではなく、しめ縄やパーク堆肥も含めて産直品に登場していることが注目できる（表3）。しめ縄は、高齢者の活躍の場となり、農家の副業収入としても貢献している。

野菜ボックスの供給方法をみると、農協が前年度の実績や消費者の反応を踏まえて、次年度の年間取扱い品目と量を生産者に提示する。生産者は、その中から自分の希望する品目、量、出荷時期を提出する。これを農協が集計、調整して年間計画をたてる。計画に基づいて、農家が野菜を農協集荷場に出荷し、農協職員が通い箱のボックスに箱詰めする。野菜ボックスの需給調整は、各農家レベルでも行われるが、農協職員も野菜を栽培し、過不足の調整を行っている。

4. 野菜ボックス生産者の階層性

野菜ボックス生産者会の会員は78名であるが、92年に実際に野菜を出荷したのは65名である。この会員に、農協を通してアンケート調査を行ったところ（1992年11月）、42名から回答が得られた⁵⁾。

アンケート回答者の概要を示した表7によると、回答者42名の内、男性23名、女性19名で、特に50a未満層のIV階層では男性3名に対して女性9名と女性が多い。また、年齢をみると、60才以上が5割以上を占め、ボックス野菜生産が高齢者に

表7 野菜ボックス生産者の階層別・男女別・年齢別特徴

経営耕地規模	戸数	男女		年齢別 (戸、%)					
		男	女	20~29才	30~39才	40~49才	50~59才	60~69才	70才以上
I 150~200 a	6	4	2	1	—	1	—	2	2
II 100~150 a	14	9	5	—	—	—	6	6	2
III 50~100 a	10	7	3	—	—	—	4	1	5
IV 50 a 未満	12	3	9	—	—	2	6	3	1
合計	42	23	19	1	0	3	16	12	10
構成比%	100	54.8	45.2	2.4	0.0	7.1	38.1	28.5	23.8

表8 野菜ボックス生産者の階層別・野菜販売品目別戸数

品目数	階層別 (戸、%)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I 150~200 a	2	—	—	—	1	—	—	—	—	2
II 100~150 a	—	2	3	2	1	1	3	—	2	—
III 50~100 a	—	2	1	—	2	2	—	1	—	1
IV 50 a 未満	3	2	4	—	1	—	—	—	—	1
合計	5	6	7	2	5	3	3	1	2	4
構成比%	11.9	14.3	16.7	4.8	11.9	7.1	7.1	2.4	4.8	9.5

よって担われていることを示している。

自給野菜を含めた栽培品目については、10～19品目を栽培している農家が最も多く約45%を占め、約7割の農家が10～49品目と、かなりたくさんの野菜を栽培していることがわかっている。その内、販売した品目数についてみると（表8）、1～5品目を販売する農家が多く、販売品目は制限されている。特に、経営階層が小さい層ほど販売品目が少ない傾向にある。こうした零細規模階層も含んで、たとえ、1品目でも自給野菜の延長線上で出荷する仕組みを野菜ボックス産直がつくりあげていることが重要であろう。また、今後、ボックス野菜の品目数を増やしたいと答えた農家は4戸で、Ⅳ階層に集中しており、他は減らしたいと答えたⅠ階層の1戸を除き、現状維持が33戸である。

表9 野菜ボックス生産者の産直に参加した契機 (戸、%)

		自分から 進んで	農協に進 められて	農家に進 められて	不明
Ⅰ	150～200 a	2	3	—	1
Ⅱ	100～150 a	4	7	1	2
Ⅲ	50～100 a	3	3	—	4
Ⅳ	50 a 未満	8	2	1	1
合計		17	15	2	8
構成比%		40.5	35.7	4.8	19.0

産直に参加した契機については（表9）、自分から進んでが17戸、農協に進められてが15戸である。Ⅰ、Ⅱ階層が農協に進められて参加する農家が多いのに対し、Ⅳ階層が自分から進んで参加し

表10 野菜ボックス産直の良かった点 (複数回答)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	戸数
Ⅰ 150～200 a	1	2	—	1	2	3	2	3	1	6
Ⅱ 100～150 a	8	4	2	4	6	3	3	5	1	14
Ⅲ 50～100 a	2	2	1	3	2	6	2	5	1	10
Ⅳ 50 a 未満	5	4	1	8	5	1	3	6	1	12
合計	16	12	4	16	15	13	10	19	4	42
構成比%	38.1	28.6	9.5	38.1	35.7	31.0	23.8	45.2	9.5	100.0

選択肢 ①無選別でも出荷できる ②価格が安定している ③出荷経費が安い ④現金収入となる ⑤高齢者の労働力を活用できる ⑥消費者と交流できる ⑦安全野菜を供給できる ⑧農地の有効活用 ⑨食べる人がわかり作りがいある

表11 野菜ボックス産直の問題点 (複数回答)

回答項目	戸	%
野菜が余ることがある	15	35.7
価格が安いことがある	10	23.8
生産に手間がかかる	4	9.5
予約量が伸びていない	7	16.7
消費者に好まれない野菜がある	3	7.1
必要量を生産できないことがある	9	21.4
消費者との交流が少ない	0	0.0
野菜に適した農地がない	3	7.1
消費者の理解がまだ少ない	6	14.2

ているのが注目される。零細規模農家が積極的に産直に参加していることが示されている。

産直に取り組んで良かった点について、複数回答で聞いた結果が表10である。「農地の有効利用ができる」が最も多く、次いで「無選別でも出荷できる」「現金収入となる」「高齢者の労働力を活用できる」が続き、さらに「消費者と交流できる」「価格が安定している」となる。

次に、野菜ボックス産直の問題点については（表11）、「野菜が余ることがある」を選ぶ農家が最も多い。次いで、「価格が安いことがある」「必要な量を生産できないことがある」であり、需給調整と価格問題がやはり問題点として提起されてい

表12 余剰野菜の処理方法（複数回答）

		(戸、%)						
		①	②	③	④	⑤	⑥	戸数
I	150~200 a	2	2	3	2	1	2	6
II	100~150 a	6	2	7	8	3	4	14
III	50~100 a	2	4	3	5	1	2	10
IV	50 a 未満	1	6	5	7	5	2	12
合計		11	14	18	22	10	10	42
構成比%		26.2	33.3	42.9	52.4	23.8	23.8	100.0

選択肢 ①市場に出荷する ②無人市に出す ③自家消費する ④近所、親戚に贈与 ⑤漬物にする ⑥捨てる

る。そこで、余った野菜の処理方法について聞くと（表12）、「近所、親戚に贈与する」が最も多く、次いで「自家消費にまわす」となるが、「無人市に出す」あるいは「市場に出荷する」という調整方法もあることがわかる。

IV. まとめ

産直の発展段階が協同組合間という組織的提携段階に到達し、さらに、産地と消費地との間で多層的で重層的な提携関係が生まれてきていることを、野菜ボックス産直を主軸にとらえてきた。この段階では、産直が事業として成立し、それに伴う事業システム化による人的交流の後退という困難を打開することが新たな課題となっているが、また、消費地における食生活の見直しと産地における農法改善・地域農業振興が結びつき出していることも新たな段階である。これに加えて、石見町では、都市消費者との交流と有機農業に向けての取り組みが、地域の産業のあり方や住民の意識にも変化を与え、住民参加の内発型地域づくり運動へと発展していることも最後に付け加えておこ

う。石見町では、「水と緑のふるさと、より快適な生活環境を育てよう」というスローガンのもと、生活雑排水を農業用排水路や川、湖沼に流さないことや、汚泥を土づくりのため農地に還元する運動を進め始めている。また、集落活動を基盤とした地域資源利用の特産物生産、あるいはハーブの森づくり、景観と銀杏利用のためのいちょうを植える運動など、生活環境の改善と都市住民との交流、憩いの場ともなる地域づくりが展開されている。生産物販売による地域農業振興だけではなく、都市消費者との人的交流から、活気ある豊かな生活環境づくりへと発展させつつある地域づくりの現段階の一例をここにみることできよう。

〔付記：本稿は生活協同組合ひろしまが農業・農協問題研究所に委託した『自然調和型農業の確立と協同組合間協同の役割』（同名報告書が生協ひろしまより発行予定）の研究成果を利用している。詳しくはそちらを参照いただければ幸いである。〕

注

- 1) 志村賢男「生活協同組合ひろしま」日本生協連・食糧問題調査委員会編『生協の産直・提携レポート』1988年。
- 2) 田中秀樹「野菜小規模産地の形成・再編と農協共販——広島県の事例」（広島大学農業水産経済研究、第4号、1992年3月）。
- 3) 田中秀樹・三国英実・山尾政博・波木明成「生協の『卸売市場利用型産直』の意義と課題」（農業・農協問題研究、第11号、1992年2月）。
- 4) 河野直践「野菜の『ボックス産直』から学ぶこと」『協同組合経営研究月報』1991年9月参照。
- 5) 野菜ボックス利用者およびボックス生産者のアンケート結果について詳しくは、付記の文献を見られたい。

Development of Organic Farming by Agricultural Co-operative in Cooperation with Consumers' Co-operative

Hideki Tanaka and Hidemi Mikuni

This paper attempts to clear the development of organic farming by the agricultural co-operative in Iwami-cho, mountain areas of Shimane pref., in cooperation with a consumers' co-operative, "coop Hiroshima"

Iwami agricultural co-operative has attempted to make sound for agricultural environment more than 10 years ago. For example, it has made a lot of composts of dung and bark, both are regional resources, and used agricultural medicines made from natural resources instead of agricultural chemicals.

Iwami agricultural co-operative first traded organic products directly with "Coop Hiroshima" in Hiroshima city in 1982. Coop Hiroshima has set a high value on reliable organic products, because, in urban dietly life, amount of reliable agricultural products, with less used agricultural chemicals and good taste vegetables in season have decreased in gradually.

The betterment of dietly life in urban area is linked with the development of the organic farming, which makes use of regional resources. And both of them has been carried out by the cooperation of agricultural and consumers' co-operatives.