



Discussion Papers In Economics And Business

青森林檜の生産と流通—南津軽郡竹館産業組合, 1907年～1920年代前半の事例

白井 泉

Discussion Paper 09-32-Rev.

Graduate School of Economics and
Osaka School of International Public Policy (OSIPP)
Osaka University, Toyonaka, Osaka 560-0043, JAPAN

青森林檜の生産と流通—南津軽郡竹館産業組合, 1907年～1920年代前半の事例

白井 泉

Discussion Paper 09-32-Rev.

January 2010

この研究は「大学院経済学研究科・経済学部記念事業」
基金より援助を受けた、記して感謝する。

Graduate School of Economics and
Osaka School of International Public Policy (OSIPP)
Osaka University, Toyonaka, Osaka 560-0043, JAPAN

青森林檜の生産と流通—南津軽郡竹館産業組合, 1907年～1920年代前半の事例

大阪大学大学院経済学研究科博士課程

白井 泉

要旨

無限責任竹館林檜生産購買販売信用組合は、1907年に青森県南津軽郡に設立された産業組合である。本稿は、ブランドを確立した竹館組合の生産・販売事業に注目し、組合が組合員の協力を得て高品質な商品を安定的に供給する体制を構築し、大都市の指定問屋と長期的な取引関係を結びながら商品取引で主導権を握っていく過程を、中央卸売市場法が施行される以前の取引制度と関連づけて示すことを目的とした。分析からは以下のことが明らかになった。(1) 組合は、消費地問屋による買付、相対・掛売取引の慣習があるなかで、信用高く有力な指定問屋と長期的取引を行うことを戦略とした。またその関係は、組合が全国的に脚光を浴び、模範組合として有名になるなかで組合主導のものに転じていった。

(2) 組合は、高品質な林檜を多産し、商標・等級別に出荷する体制づくりを進めた。そうした組合の方針に反して組合員は、劣等品の生産、販売に走った。それに対して組合は、彼らの生産活動を多面的に支援すると同時に、販売面では組合員の主体性を認め、彼らの希望を参酌した意思決定を重ねることによって、組合員との結束を固めていった。

JEL Classification: N55, N75, N85

Key Words: 近代日本経済史, 産業組合, 取引制度, 青果市場

*本稿を執筆するにあたり、阿部武司先生、澤井実先生から多大なるご教示とご支援を頂きました。数量経済史研究会、慶應 GCOE ヒストリーセミナーでは、宮本又郎先生、斎藤修先生、谷本雅之先生、中林真幸先生はじめ諸先生方からは貴重なコメントを頂きました。福重元嗣先生、高槻泰郎氏、結城武延氏からは重要な示唆を頂きました。また、この研究は、松下国際財団より研究助成の援助を受けました。ここに記して感謝の意を表します。但し、本文中の内容に関する一切の責任は、著者によるものとします。

† 大阪大学大学院経済学研究科, 博士課程.

〒563-0043, 大阪府豊中市待兼山町 1-7. E-Mail : izumi517@zak.att.ne.jp

はじめに

明治期以降の近代化のなかで、日本の農業は米と繭を軸としながらも多様な商業的農業を展開させた。その担い手であった個々の農家は、家族労働力を母体とした小規模な組織であったが、産業組合や出荷組合、農会など、市場や外部組織との接点となるさまざまな中間組織を結成し、取引費用の削減やリスク分散に努め、経済活動を行う上での限界を克服していった。

無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合（以下、竹館組合）は、1907年に青森県南津軽郡に設立された産業組合である。同組合は市場向け商品生産と流通の両面で近畿地方に比べて後進的であったとされる東北地方に位置しながら、商標と等級別の出荷を先進的に導入し、組合ブランドの確立に成功した。本稿は、竹館組合の生産・販売事業に注目し、組合が組合員の協力を得て高品質な商品を安定的に供給する体制を構築し、大都市の指定問屋と長期的な取引関係を結びながら商品取引で主導権を握っていく過程を、中央卸売市場法（以下、卸売市場法）が施行される以前の取引制度と関連づけて明らかにする。対象とする期間は1907年から1920年代前半である。

先行研究を踏まえて本研究の位置づけを確認しておこう。当該期、小生産者と青果市場を繋ぐ中心的な役割を果たしたのは、帝国農会の販売斡旋事業と結合して急増した出荷組合であった（玉 1996）。産業組合ではなく出荷組合の形態が選択された理由としては、季節的な組織であることや、出資金や煩雑な手続きを必要としないなどの簡易さが強調されている¹。一方で、産業組合が本格的な展開を見せたのは1930年代の昭和恐慌後で、1920年代までのそれは村を単位とし、村内の上層部によって信用部を柱に設置されることが多かった。通説では生産、購買、販売、信用の各部の事業ともに有効に機能した例は少ないと理解されている²。とくに販売事業に目を向ければ、その停滞をもたらした要因として、組合員による^{ぬけうり}抜売が指摘されてきた³。

こうした全国的な動向とは異なり、竹館村周辺地域では産業組合が農家と市場の接点となった。組合は販売購買組合として発足し、設立年には県内で初めて生産部を、また、1914年度からは信用部を兼営し、組合員の経済活動への関与は年間を通じて行われた。管理区域は4ヶ村に跨り、その規模は、組合員数・資金面ともに一般の産業組合を大きく上回るものであった。こうしてみると、竹館村周辺地域における生産・販売面での組織化は特殊な事例に映るかもしれない。しかしながらそれは、山田（1935）を受けて中林（2006）が指摘したように⁴、近代以降、東北地方の農家が凶作と価格変動のリスクに直面していくな

かですすめた合理的対応の一例であった。竹館組合の事業は、村の上層部が「共同心」を根底とした大規模な組織を結成し⁵、生産要素の調達、商品販売から生じるリスクを負担しながら、生産主体である組合員と販売主体である問屋との間に立って利害の一致を誘導し、対応を重ねていくプロセスであった。とくに分析の対象とする時期は、1923年に卸売市場法が施行される以前であり、青果市場は取引上の問題を抱えていた。産地における生産者の組織化、問屋との長期的な取引関係の構築は、市場メカニズムを機能させるために必要な制度的基盤の不十分さを補うものであった。

このように竹館組合の生産・販売活動は、一産業組合によるブランド確立の成功事例というだけではなく、農家が生産と流通を組織化することによって、不完全な市場にどのように対応・参入を果たしていったのかを示すものである。しかしながら、この組合に関する本格的な研究は、これまで十分になされてこなかった。生産・販売事業についても『青森県りんご百年史』、初代組合長であった相馬貞一の伝記で断片的に取り上げられているに過ぎない⁶。そこで本稿は、はじめに、竹館組合の生産・販売事業の実態を、青果市場の取引制度の問題と関連づけて示す。つづいて、生産・販売事業にかかわった組合と組合員、消費地の指定問屋の関係に目を向ける。三者は林檎をより高く販売し、利潤を増大させることで利害が一致していた。それにも拘らず、三者の連携は無条件には成立しなかった。その理由を検討することを第二の論点とする。最後に、三者の利害がどのようにして一致し、協力的な関係への移行が実現したのかを明らかにする。

1. 竹館組合の生産・販売事業

1. 1. 産業組合の設立

明治期以降、青森県の中核的産業は農業であった。なかでも南津軽、中津軽両郡では1875年以降、稲作を中心とした農業経営に林檎の栽培が加わった。竹館組合の拠点となった竹館村は、南津軽郡のなかでも相対的に稲作の生産性に恵まれた地域であったが、「往々」凶作に遭遇し、「普通農作物」の栽培だけでは「生計不安」で「収益」は「少」なかった。こうしたなかで1890年ごろ、郡役所から竹館村の4人の試植者に苗木が配布され、村では林檎の栽培が始まった。1909年には村全体で米の作付面積271反に対して林檎は177反、その栽培から得られる「収入」は「田畑山林総収入」の「約二倍強」に達した⁷。

林檎生産者の組織化は、竹館村の手作地主であった相馬貞一を中心に⁸、竹館村とその周辺3村の合同で1897年から始まった。その目的は、病虫害対策とそのための技術交換、購

買，販売などを共同で実施することであった。インフォーマルに活動を展開していた村の組織は，1907年，販売の「改善進歩」を「組合設立ノ動機」として産業組合法の制度を適用し⁹，竹館組合が発足した。

表1は，竹館組合の組合員数の推移を示している。一世帯一名加入とすると，1915年には竹館村の35%（193／535戸）の世帯が加入していたことになる¹⁰。また，青森県内を対象に，林檎を扱う産業組合の設置状況を示したのが表2である。一般に産業組合は，村を単位として，1910年代の村民の加入率は1割，一組合の組合員は110名程度であった¹¹。それに比較すると，竹館組合は組織率が高く，村を跨って運営され，規模も大きかった。周辺の組合と比較しても，組合員数，出資金額，販売額ともに最大規模であった。

1. 2. 青果取引の問題

(1) 組合設置前の商品取引

竹館村周辺地域に産業組合が設置された一因は販売上の問題であった。相馬は組合設置に先駆けて自ら林檎を消費地に出荷するなかで，相場が産地と消費地のあいだで「甚しく懸隔^{かけへだ}」てがあって，「常に利益を地方商人に壟断^{ろうだん}」され，また，「品質」によって「価格に大なる差」があること。結果として，「不利益，甚」だしいことを認識していた¹²。しかもこれらの「不利（益一引用者，以下同様）は悉く共同事業により除去」出来ると判断していた。また，組合設置以前，生産者は生産品を「貯蔵」する「設備」がなく，「園圃ニ於テ廉価ニ販売スルノ止ムヲ得サル」状況にあった。「中少数者ヲ除」いて生産者は「需用地ノ商況及相場等ニ不案内」で，売買にあたって「何等準拠スヘキ標準」なく，当事者相互の「不健全ナル意志」によって価格を定めるしかなかった¹³。「詐欺的売買」によって「多大の損失」を招くこともあったという¹⁴。

こうした状況は組合区域に限らなかった。青森県農会技師の橋部正農夫は，1910年ごろの様子を次のように述べている。県内の林檎栽培家は「自らは安居して仲売（買）人の来るを待つ者」「進んで個人にて直接市場に輸出する者」「組合を組織し，共同して販出する者」に区別でき，大部分は最初のタイプに属し，価格は「仲買商人」によって「自由に弄ばれ」ているというのである。続けて橋部は，商人が行う荷造りは不完全であるため輸送に耐えず，開封すると「或は凍結し或は打傷」しているものが多く，京浜市場において「本県重要産物の随たる林檎の名声」は「失墜」している。これは商人が「己の利に汲々たるの余りか，果た荷造不完全なるを気付かざる無智に依るか」，生産者も「毫も之を省みぬ」

と苦言を呈している¹⁵。但し、生産者が流通過程を重視していなかった事実は、東北地方の農家や商人が、市場経済に適応できていなかったという理由のみで説明がつくものではない。いまひとつ重要であったのは、卸売市場法が適用される前の青果市場が取引上の問題を抱えていたことである。

(2) 問屋買付の弊害

卸売市場法が適用される以前の青果市場には、消費地の商人による産地への買付と消費地市場における相対・掛売取引という2つの慣習があった。これらは、遠隔地から商品を出荷する荷主の利益を不確実にする危険があった。卸売市場法適用以前の商品取引の流れを見てみよう(図1)。林檎栽培地域に参入してくる商人は、産地問屋の仲買人など地方商人、東京神田市場など消費地の問屋やその使用人であった。一般に消費地の問屋は、産地の荷主(生産者、産地問屋、仲買人、産業組合など)から商品販売の委託を受け、問屋名義で消費地の仲買人や小売店などに販売することを業としていた。彼らは販売代金の一部(神田市場の場合は販売代金の10%程度)を手数料として徴収し、「自己が損益の危険を負担して売買をすること、即ち買付販売を為す」のは「極めて稀」であった¹⁶。しかしながら1890年代以降、果物の栽培が盛んになり、鉄道網が発達し、都市での果物消費が伸びてゆくなかで、日露戦後前後に消費地の問屋は「山廻り」と称して自ら遠隔地の産地に足を運び、荷引きを行うようになった¹⁷。青森県の林檎栽培地域には岩手県などからも商人が訪れ、林檎を買い込み、東京に移出したという¹⁸。

表3は1898年と1913年の『日本全国商工人名録』に掲載された東京府、岩手県、青森県の果物を扱う商人である。1898年の段階で、東京には神田と京橋の両区、岩手県では盛岡市を中心に果物を扱う問屋や小売店が存在した。一方で、青森県に果物を扱う商人が登場するのは1900年ごろから1910年代にかけてであった。1900年ごろ、他地域の商人が青森県に参入する余地は充分にあったと言える。

価格情報に疎く、倉庫などの施設もなく「安居」する生産者にとって、消費地や近隣区域からの商人の流入は林檎の販路拡張に有効な一面もあっただろう。また、東京を例にとれば、買付に訪れた果物問屋の努力は神田市場を市内最大の青果市場に発展させる原動力にもなった¹⁹。しかしながら買付に訪れる商人のなかには不徳なものも存在しており²⁰、産地の荷主は商人との取引で詐欺瞞着に遭遇する危険が「大正年間迄」つづいた²¹。

(3) 相対・掛売取引の弊害

神田市場を例にすると果物の大半は産地の「生産者」「問屋及仲買」から出荷されたところ²²、市場内部における取引にも問題があった。卸売市場法の適用によって取引方法が競り売りに移行する以前、市場における問屋と買手間の取引の大半は相対の掛売りでなされていた²³。

東京市で中央卸売市場長となった荒木孟は、相対・掛売取引の悲惨な状況を次のように述べている。産地の荷主は問屋に販売を委託しているが、「多くは委託の実質を没却」し「荷主に対する問屋の仕切は殆んど全く問屋の自由決定」である。取引の「真実」と「正確」とは一に問屋の「商業道徳上の良心」と「信用維持」のための「自衛的謹慎」による他ない。「真に生産者の委託を受け其販買を代理し、正確に一定の手数料を收受して営業する、真の意味の委託問屋は殆どないといっても過言ではない」。しかも、問屋が入荷品を譲り渡す仲買人の多くは問屋の元使用人で取引は固定化しており、「問屋は親仲買で仲買は子仲買である」とも表現された²⁴。問屋は仲買人に対して安価に物品を譲る場合が多かったという²⁵。さらに、問屋の帳簿は「極めて旧式不完全」で、「他人が之を判読」し「取引の品種、数量等」を正確に判読することは難しかった²⁶。

こうした市場の問題に対して、近住の荷主は平素から「相場に敏感」になり「日々」出荷する市場を変更することで対応していた²⁷。しかしながらそうした対策を講じるのが困難な遠隔地の荷主にとって、消費地問屋の買付や相対・掛売取引の慣習から生じる問題は、買付販売を原則禁止し、相対取引を廃して競り売りとし、卸売人の收受する手数料や売上代金の支払方法、期日などを統一した卸売市場法の施行を待たなければならなかった。

1. 3. 指定問屋制の採用

竹館組合が遠隔地の市場に進出していく過程では、取引先となる問屋とのあいだに問屋と買手間以上の関係を構築し、それを長期的に維持する必要があった。実際に組合は、「枢要ノ都市」にあつて「信用人格共確實」な問屋を取引相手として選定し、「一手販売ヲ特約」したとある²⁸。竹館組合の出荷地と取引先を見てみよう（表4）。

商品の出荷は全国の大都市を中心になされ、1909年度には、東京府が全出荷額の4割を占める最大の移出先であった。青森県全域では林檎同業組合が1922年の豊作による価格暴落を契機に、出荷を地方都市へ分散させる必要性を説いたが、組合は大都市を中心に商品を出荷する体制を1920年代を通じて維持した。また、取引先には冷蔵会社が含まれている。

1922年には東京、横浜、名古屋、大阪の冷蔵庫に1~2貨車、多いときには5~10貨車分の林檎を委託し、果物の流通量が減少する4月から6月末にかけて販売することで、非冷蔵庫品と比較して諸経費を考慮しても1~2割高くなる好成績を収めていた²⁹。

さて、1907、1909両年度の取引先に目を向けよう。組合は「一手販売ヲ特約」としながらも、実際には同都市内に複数の取引先を持っていたことが分かる。東京市に注目すると、組合は西村吉兵衛と長谷川徳次郎の2店と主に取引をしていた。その後、組合は西村と長期的な取引を行うようになった。1909年度の『元帳』には³⁰、長谷川が10月に納入した売上金500円、11月に納入した400円は前年度分であったことが記載されている。一方で西村は、1893年から神田市場で林檎を取扱った商人で、1910年ごろには東京「府内最高の納税額」を誇るまでに成長した有力者であった³¹。また、京都府の取引先であった米田市右衛門は、1912年時点で営業税157円を納める京都市内一の青物問屋であった（米田を除く23件の平均は43円）³²。組合は複数の問屋・商人と取引をしながら、有力で「信用人格共確実」な取引先を選定していったと考えられる。

1. 4. 商品の品質と梱包過程の重視

(1) 高品質な林檎の生産

組合は指定問屋に対して「信用人格共確実」であることを一方的に要求するのではなく、問屋に対する自らの信用維持にも努めた。具体的には、品質の良い林檎を生産し、自主検査ののちに等級・商標別の梱包を行い、付加価値の高い商品を安定的に出荷する体制の整備をすすめた。こうした取り組みは、通常の子森県産林檎との品質差益を獲得するための手段であった。高品質な林檎の生産がどのようになされたのかを見ていこう。

組合員による生産への関与は、主に、購買部と生産部を通じて行われた。購買部は、肥料や薬品類などの生産要素を組合員に安価に提供した。1907年の資料によれば、「予メ組合員」の「需用ノ数量ヲ調査」し、「最モ適當」な時期に「確實ナル商人ト特約又ハ競争入札」によって取引をし、「原価ト市価ヲ参酌シ」て「相当ノ価格」で組合員に分配したとある³³。その際、通常は市価以下を基準として組合員に販売したが、1913年の凶作後などは、「購買力薄弱」を考慮して「原価或ハ原価以下」で提供することもあった³⁴。組合員は購買部の利用によって「不正品」の混合なく「品質良好」な生産資材を調達し、購入に伴う「労カト時間」を「省略」する利益も得たという³⁵。

また組合は、生産部の事業の一環として組合区域の栽培管理も行った。組合員の「事業

成績ヲ調査」し「其欠点ヲ指摘シテ之カ改善ノ方法ヲ懇篤ニ説示」したとある³⁶。1908年の資料によると、組合員ごとに「林檎園成績表」を作成し、年間を第1～4期に分割して、「培養剪定及除草」「病虫害ノ駆除予防」に関しては第1～4期、「品質及産額」は第3～4期の2期間について「検査人」が採点をしたとある。そして、組合員のうち成績がとくに「顕著ニシテ他ノ模範」になる者は、その事績を記録して保存し、「永遠ニ其功名ヲ証明」し「其名譽ヲ社会ニ表頭」して「社交上優待」するとした³⁷。1910年8月には「表彰規程」が定められ、表彰基準がより明解になると同時に、優秀な組合員には農具をはじめとした賞品も与えられることになった³⁸。

(2) 自主検査と等級・商標別の梱包

組合は、組合員が生産した林檎に自主検査を実施したのち、等級・商標別に梱包した。等級や商標による商品の差別化は1880年代以降の生糸取引で先駆的に見られたものである³⁹。製品を域外へ移出・輸出する場合、斉一性を高めることが工業製品の取引で歓迎されたように⁴⁰、それは農作物でも同様であった。東京神田市場で市場調査を実施していた山崎は「(山に竹)商標を持つ苹果(林檎の意)は、青森県南津軽郡無限責任竹館林檎販売購買信用利用組合の商品であり、又 Sunkist の商標に依ってカルフォルニア果物生産者取引組合の商品なるを知ることが出来る」と、竹館組合の商標を紹介している⁴¹。アメリカで南カリフォルニア青果協同組合が設立したのが1893年、高品質な商品にサンキストの商標を貼付して販売を開始したのが1908年である⁴²。竹館組合の場合、1908年時点における「数量及品等査定ニ関スル標準」に商標に関する記述はないが、1911年4月の『帝国農会報』に「特に色澤品質優良のものは本組合の商標を貼付すべし」と紹介されていることから、遅くとも1911年までには商標を導入していたと考えられる⁴³。

組合員が栽培した林檎の検査と梱包は次の手順でなされた。組合員は林檎の収穫後、組合に販売ないし保管を委託する収穫物を荷造所兼貯蔵庫(1913年時点では、計5箇所)に差し出し検査を受けた。「熟練セル人夫」である検査人は、基準に従って銘柄、等級別に区分し、量目を確認して受け入れの手続きを終えた⁴⁴。受け入れた林檎の箱詰めは、鋸屑と果実を4段に充填し、底部には古新聞紙を敷くことで箱の隙目から鋸屑が漏れるのを防いだ。箱のなかには荷造検査証を入れ、新聞紙を折り返して蓋をし、釘付けと縄かけをした。箱の蓋には出荷地、取引先名、荷造所、品等数量査定の証、箱の側面には品種、数量、量目、等級、陸奥国南津軽郡無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合と記載し、果実の色澤

と外観がとくに良好なものには商標を貼付した⁴⁵。1922年時点で竹館組合の荷造費は1箱あたりおよそ87銭（内、箱代が63銭）を要した⁴⁶。1928年に中津軽郡の新和村農会が行っていた荷造りの費用は1箱あたり70銭（同、35銭）⁴⁷、1935年の苹果試験場では同じく43銭（同、24銭）であった⁴⁸。

等級と商標の基準は次のように定められた。当時、市場において林檎の品質は香味よりも色澤などの外観で評価されていた。組合の等級も品種ごとに「品質、色沢」と「大きさ」が基準とされた。1908年度では1等から5等の5段階であったが、1917年度までに1等から4等に簡略化され、1922年の資料によれば評価の高さの順に特別飛切、大飛切、別品、大極上という取引上の呼称が与えられた。1等品には「美人印」、2等品に「三つ林檎印」、3等品は無印、4等品には「一つ林檎」の商票（レッテル）が貼付された。商標は、1922年時の史料によれば、「色沢外観良好」なるものに「美人商標」を、その他には「普通商標」を貼り付けたとある⁴⁹。品質の差は価格差にも現れ、無商標の林檎価格は商標付の7割程度、等外品は等級品の半分以下の価格で取引された（表5）。

(3) 消費者の認知と需要開拓

品質と梱包を重視した組合の林檎は市場で歓迎された。京都帝国大学園芸学教室の初代教授となった菊池秋雄は東京帝大で果樹園芸学を学んでいたころを振り返り、次のような手記を残している。それによると、1907年秋も半ばを過ぎ「小売店としては日本一の果物屋」であった神田須田町の万惣の店を訪ねた。「青森県の竹館組合の林檎が着いたから是非私に見てくれと云ふ。（略）その時の話に、相馬貞一さんと云ふ方は竹館組合の責任者であり、指導者である。この方は大した人格で、此の組合の品物だけは絶対信頼。蓋を開かずに受け入れることにして居りますと云ふ」とある⁵⁰。万惣は1846年に創業した果物屋で、幕末には貴族を初めとした上流階級に出入りをし、1910年には果物業界で初めて宮内庁御用達となった⁵¹。組合は小売の段階でも有力店舗を押さえていたことを示唆している。

また組合は、共進会の場を使って品質の高さを証明すると同時に、組合ブランドを認知させ、需要開拓をすすめた。表6は、1908年4月から5月に開催された奥羽六県聯合共進会における林檎部門の受賞結果である。青森県で受賞した39名のうち25名が組合員であった。受賞者欄には通常、生産者個人の名が掲載されているなかで、三等賞の欄には「無限責任竹館林檎購買販売組合」の名が挙がっている。さらに組合は、「組合販売品ヲ天下ニ広告」するために共進会で販売店も設けた。「損失（中略）覚悟」で売り捌き、成功を収め

たとある⁵²。

(4) 青森県産林檎との比較

では、組合の林檎は通常の青森県産林檎に比べてどの程度、優位に取引されたのだろうか。1911年の『帝国農会報』によれば、組合の販売事業は「地方の当業者」「非組合員」が「地方商人」に販売した価格に比べて1割から3割以上高く取引されたとある⁵³。また、1913年の弘前仲買相場では、通常の青森県産が0.7~0.8円に対し、組合上等品は1.2~1.3円で取引されていた⁵⁴。組合の林檎は、1910年代には、品質差益を獲得していた。

しかしながら、主力品種であった紅玉でみると、1等品の占める割合、商標が貼付される割合が増加するのは1920年代に入ってからである(表5)。また、図2-1が示すように、1910年代前半は組合員が増加した時期にもかかわらず、販売量は減少した。なおかつその変動は、青森県産林檎の生産量の変動に比べて大きかった。これは、気候だけではなく、人為的な要因が変動に働いていたことを示唆している。以上要するに、組合は、1910年ごろの時点で商標を導入し、品質差益を獲得していた。しかしながら、その品質と供給量が安定し、販売価額が順調に推移し始めたのは、1920年代に入ってからであった(図2-2)。

2. 組合・組合員・指定問屋の非協力関係

2. 1. 販売事業の仕組

組合、組合員、指定問屋は林檎を高値で販売する点で利害が一致していた。しかしながらそれは、三者の連携が無条件で成立することを意味しなかった。図1を使って販売事業の仕組を確認しよう。

組合の販売事業に直接関与したのは組合と組合員、そして消費地の指定問屋であった。組合は、組合員から林檎販売の委託を受けると検査ののちに貯蔵し、市場の相場を覗いながら指定問屋に販売を委託した。委託を受けた問屋は、相対・掛売で仲買人や小売商と取引をし、販売代金を徴収すると仕切書と売上金を組合に送った。組合は、売上金から販売実費(問屋手数料、運賃、荷造費)を控除し、さらに組合手数料として歩合金(1908年の定款では3%、1918年の定款では5%以下と記載)を引いた額を出荷量にあわせて組合員に分配した。組合は、「組合員の利益を増進」することを組織の目的とし、「利益を得んよりも意外の損失」に陥る「危険」を避けることを行動基準にした⁵⁵。また、物品受取後に生じた「危険」は組合が負担した。

販売は原則として委託主義としながらも売却主義が併用された。組合員が希望する場合には、組合が市価よりも一割安く買い入れ、その後、利益が生じたときには、それを組合と組合員とで折半にするというものである。さらに、通常は物品の販売後に売上金を計算し分配するところを、「止ムヲ得サル事由」があつて現金が必要な組合員に対しては、「物品時価ノ十分ノ五以内」を仮渡金として、100 円に付き日歩 3 銭 5 厘で支払った（仮渡金制度）。また、商機を考慮して売買するために「倉庫及林檎箱」を整備し、消費地の「商況及相場」を調査した。その内容は「時々組合員ニ表示」され、情報の共有がすすめられた。このため、組合区域では「如何ナル奸商」も「相場ヲ攪乱スルノ余地」がないような状況が生まれたという⁵⁶。

2. 2. 組合員による劣等品生産

このように組合は、組合員の利益の増進を目的に行動した。しかしながら設立後から 1910 年代の組合は、組合員とのあいだに問題を抱えた。組合員による劣等品の生産と販売である。先に、生産面の問題から見ていくことにしよう。

1912 年度、組合は組合事業の「骨子」である生産について次のように述べている。この年、組合は「最モ慎重」に林檎園の経営成績を考査し、「栽培上必要ナル警告」を組合員に与えた。それにもかかわらず組合員が生産した林檎の品位は「甚ダ劣等」であつて、組合は「組合ノ販売品トシテ等級ヲ付スル能ハサル劣等品」を「多量」に抱えることになった。また、生産額も減少した。組合はこの原因を、林檎の開花期に霜害にみまわれたこともあるがそれだけではないとした。組合は、組合員が、「剪枝、摘果、施肥、病虫害ノ駆除予防其他万般ノ施設」において「生産費ヲ惜」しんだ結果であるとし、「天災、人為、相待チ以テ、苹果ノ生産状態ヲ不良ニ陥」らせたのだとしている⁵⁷。

1914 年度には、組合員数は「年々増加」し、林檎栽培区域も「非常ノ速度ヲ以テ拡大」しているにもかかわらず、生産額は 1911 年以来「漸次遞減」し、価格も「需要供給ノ割合」に伴わず「逐年低下ノ傾向」を示した。林檎の生産状況は「貧弱」としている⁵⁸。さらに 1915 年度には、「組合ノ生命タル生産額」が遞減している原因の一半は、組合員が「自己ノ資力労力ノ程度」を考慮せずに「漫然」と事業を「膨脹」しているからであるとしている。林檎園の成績は「年々不良」に陥り、樹勢は衰弱し、病虫害の蔓延もみられたという。組合は、組合員に警告を「一再ノミナラズ」しているが「未ター一人ノ断乎」として栽培区域を「適当ニ制限」し「施設ニ改善ヲ加ヘタルモノナシ」。組合員の経済状態は「自然枯渴

衰替（退）」「殆ント救フベカラサル窮境ニ沈淪センコト鏡ニカケテ見ルカ如シ」と述べている⁵⁹。

組合が高品質な林檎を生産するための施設や制度の充実を図ったにもかかわらず組合員はなぜ、生産費を惜しみ、組合の警告を無視して劣等品の生産に走ったのか。その一因として挙げられるのが、生産費が増大するなかで純利益が得られなかったことである。1914年度、組合は、「施肥、剪枝、病虫害駆除」の「労費益々増大」して「事業最後ノ目的」である「純利益」は「特殊ノ天恵」がある少数の組合員が「僅カニ所得セラルルに至レリ」と指摘している。こうした状況のなかで組合は組合員に対して「覚醒一番、自己労費供給ノ程度」に応じて「栽培反別ヲ制限シ、栽培上万般ノ施設ニ於テ最善ヲ竭クシ」ていくように警告していくこととなった⁶⁰。しかしながら組合員に対して、直接的な介入や、罰則が与えられることはなかった。

2. 3. 組合員による抜売

組合は組合員による抜売にも直面した。抜売は竹館組合に限らず、産業組合が一般に抱えた問題であった。組合は、組合員の抜売は「偶発的ノ事情」によって「一時ノ僥倖ヲ嬴得ベキモノ。決シテ自己ノ貴重ナル生産品ヲ安全ニ売却スル所以ノ最良方法ニアラズ」「組合ノ本旨ニ背戻スル悖徳行為」としている⁶¹。それにも拘らず組合員は抜売の行動に出た。

事業を開始した 1907 年度、組合は次のように記録している。10 月の初旬に紅玉の出荷が始まって以降、産地価格は高騰し、11 月には 1 箱 2 円 7, 80 銭という「未曾有ノ珍値」がついた。産地と需要地との相場の「権衡」が失われているにもかかわらず「商人ノ買込運動」は「激烈」を加えていった。組合は、「目前ノ利益ニ眩惑シタル薄志弱行ノ組合員」、すなわち、近視眼的になって利益に目が眩み、意思や実行力の乏しい組合員が、組合の存在を「度外視」して「自由行動」をとり、「組合ノ経営ニ非常ニ困難ヲ誘致」することを危惧した⁶²。また、先にも見たように 1912 年度は生産状況が品質・数量ともに劣等であった。そのなかで組合は、「自己ノ信用」を害さない程度に、なおかつ価格を維持しながら劣等品を販売するのは「手腕アル商法家」であっても至難であるとし、組合員任意による売却を黙認した。しかしながらそれに乗じて組合員は「優良品ヲモ多少抜売」に走り、販売数量を減少させた。これを組合は、「甚タ遺憾」としている⁶³。

組合員はなぜ抜売に走ったのか。先述のように、組合は組合員と市場の情報を共有していた。組合員が情報に疎く、商人に騙された結果として買付に応じたとは言えない。また、

1911年の時点で組合員は、組合を通じた販売が「地方商人」に販売する場合に比べて1割乃至3割以上高く取引されたことを「認識」していたとある⁶⁴。

この点について組合は、組合と組合員はともに利益追求を目的としながらも、価格変動リスクへの認識度合いが異なっていたことを指摘している。すなわち、リスクを負担することになる組合は、価格の変動から「利益ヲ得ンヨリモ意外ノ損失」に遭遇する危険を避け、あくまで指定問屋との安定的な取引を戦略としたのに対し、組合員は意思や決定力が乏しく「目前ノ利益ニ眩惑」して抜売に走った、とする理解である。

組合員から見た場合、組合への委託と商人への抜売で取引がどのように異なるかを見よう（図1）。組合員が組合に販売を委託した場合、受け取り額が判明し代金を手にするのは、消費地の市場で指定問屋が買手との取引を成立させたのちであった。また、組合員の受領額は、事後的に決まる消費地での取引額 P1 から販売実費と歩合金を引いた残金であった。一方で買付に応じる場合、地方商人との取引は庭先で行われ、代金 P2 は基本的に即金で支払われた⁶⁵。荷造りは商人側が行い、立木のままで取引が成立することもあった。消費地問屋との取引では、庭先で取引額 P3 が決定後、林檎の受け渡しは産地駅か着駅、東京では秋葉原でなされることが多かった。この場合、運賃の支払いは市場近傍の駅までを荷主が支払った。販売額 P3、もしくはそれから運賃を差し引いた分が利益となった。

組合員からすれば、取引によって異なるのは価格の交渉を主体的に行えるのか否か（販売権の有無）、取引によって定まる価格と手取り額、価格が判明し現金を受け取る時点である。組合員は、P1 から販売実費と歩合金を控除し、さらに生産費を引き、貨幣の時間価値を考慮した額が、P2、P3（もしくは P3-運賃）から生産費を引いた額を上回ると期待し、なおかつ現金が商人との取引と同様に即金で得られるならば組合に委託するはずである。組合員は、組合の意向に沿って生産・販売をすることが年間を通じて確実に有利になると期待できない限り、抜売という行動に走る選択肢をもっていたと言えよう。

こうした意味において、仮渡金制度は現金獲得のズレを解消する仕組みであった。1909年度についてみると、仮渡金は年間で780回、合計で3万6千円（販売額の合計は6万8千円）が支払われている⁶⁶。また、「模範的組合員」は1929年の資料で次のように述べている。組合に委託した林檎は全て「販売権」も組合に委託したことになる。また組合の販売成績は「死活を左右する」。それを承知のうえでこの組合員は「多年の経験に依り、周到なる用意と敏活なる行動とにより（中略）個人販売に比し常に優秀なる成績を収め、組合員を益したるもの鮮少にあらざるため、全生産物を組合に委託していたというのである⁶⁷。

では組合は、組合員による抜売にどのような態度をとったのだろうか。組合の定款は、「組合員ハ理事ノ承認ヲ経ルニアラサレハ前条ノ物品（林檎と林檎苗）ヲ第三者ニ売却スルコトヲ得ス」と定めている⁶⁸。しかしながら、組合は組合員の抜売を禁じたものの、ここにおいても直接的に介入し、罰則を設けることはなかった⁶⁹。

2. 4. 周辺組合との競合

販売量の減少は抜売だけが原因ではなかった。1913年度、組合が販売した林檎の数量は事前調査による予測から3割減になった。これを組合は、「同一区域内ニ同性質ノ組合三個以上」が設立し、「本組合員ニシテ之レニ加入シタルモノアレバナリ」としている⁷⁰。例えば表2にあるように、柏木町村に設置された薬師堂組合は、1910年代から1920年代にかけて規模、販売額を拡大させている。1913年の『帝国農会報』によれば、周辺の組合の多くは設立間もないため十分な成績を挙げていないが、「先輩たり且つ地方組合の重鎮」である竹館組合が「厳然地方仲買商人競争の渦中に立ち」「市価の標準」を明らかにしている。「之に力を得て、よく商人の好策に乗ぜらるることなく、組合員を結束し漸次発展の気運に向つて居る」。そして「近頃仲買商人は組合に競争を試みて価格を釣り上げ、結局自ら失敗に終れるもの、相踵ぐ状況であると云ふ」、としている。竹館組合が、費用を投じて市場の情報入手に努めた結果が、産地全体に好影響を及ぼしたと解釈できる。

2. 5. 指定問屋からの仕切回収の遅延

組合は指定問屋との取引でも問題を抱えた。売上計算書、すなわち仕切書と売上金回収の遅れである。例えば、組合は1912年度に販売品損失として2,900円を計上しているが、これは「前年度ノ販売ニ係ル売品ノ価格」が「其年度末ニ到リテ尚不明ノタメ止ムヲ得ズ」損失にした結果であった⁷¹。また、翌年の1913年度は、年度末になっても「未販売品」を抱えたのに加えて、「既ニ問屋ニ於テ販売シタルモ其販売仕切書ヲ回収セサルモノ多々有」る状況で、売上金を年度内に分配することができなかった⁷²。

指定問屋は、仕切書、売上金の送付を故意に遅らせたとは言えないだろう。図3は指定問屋から組合への売上金の支払い状況を示している。販売の6~9割を占めた紅玉・国光の収穫期は10~11月であるが、総売上金額のうち半分は2月下旬過ぎの回収になっている。1922年時点でも、問屋から仕切が届くまでには1ヶ月~2ヶ月の時間を要したとある⁷³。貯蔵・冷蔵林檎の販売、市場における掛売の慣習のなかで、期末の6月末日までに資金の

回収ができなかったと解釈するのが妥当であろう。

では、組合は指定問屋に対してどのような対策を講じたのか。組合員への対応と同様に、問屋に対しても罰則を与えることはなかった。組合の世話役が問屋に赴き、販売品・未収入金の整理にあたったことはあった⁷⁴。1912年度の資料によれば、「敢えて」「詳説」を避け、取引先の「名誉」を守り「信用」を貫くことを重視した。むしろ前年度の損失を「利用」して、同年と将来の販売を「有利」に展開するとも指摘している⁷⁵。

但し組合は、指定問屋に販売の一切を委託することはなく、市場の商況や消費地の嗜好などの情報入手を独自にすすめ、「商機ヲ熟慮」するのに努めた。また、取引先の「営業状態」「信用」程度の把握も実施した。例えば1912年7月には南津軽郡大鰯駅西村運送店西村久治郎に「各地一般」の「経済状態、商況及取引先営業状態」を、1913年4月には農学士相馬経治に「取引先信用程度営業状態各地商況」に加えて「最近ニ於テ優良種ト認メラレタル苹果ノ種類」について調査を依頼している⁷⁶。さらに組合は、問屋商店の販売成績表を作成し、次年度の販売品供給量を決定する際の参考にしていた⁷⁷。

3. 組合・組合員・指定問屋の協力関係

3. 1. 特別表彰の受賞

組合・組合員・指定問屋の関係が協力的なものへと転じたのは、1916年5月に「事業ノ経営宜シキヲ得、成績顕著」であることを理由に産業組合中央会から特別表彰を受けて以降であった。受賞後の組合は、「今後益々奮励努力」し「陛下ノ聖旨ヲ奉体シ（中略）組合ノ発展」のために新たな取り組みをすすめることとなった⁷⁸。ここで組合が早速に着手したのが指定問屋に対する表彰制度の導入であった。

3. 2. 指定問屋に対する主導権の獲得

(1) 問屋商店表彰規程の導入

「問屋商店表彰規程」は同年8月に可決された⁷⁹。その内容は、指定問屋の成績を調査して毎年優良な商店を表彰するものであった。先にも指摘したように、組合は1908年時点から指定問屋の販売成績表を作成し、この結果に基づいて次年度の供給割合を決定していた。新たに定められた「問屋商店表彰規程」は、従来の規程をもとに指定問屋の評価基準を具体的に明文化したもので、「販売品ノ価格、数量、代金回収ノ遅速等」を評価基準とし、竹館組合の林檎をより多く高い価格で販売し、代金を迅速に回収する問屋を優良として位

置くものであった。表彰は毎年行われ、3年以上続けて受賞した問屋には特別表彰として金看板が交付された。看板は竹館組合が全国に名を馳せるなかで問屋の信用力、格の高さを誇示するものとして意味をもっただろう。また、表彰を受けた問屋がその後に成績不良に陥り、表彰の趣旨に反した場合には表彰を取り消して金看板を撤去すると定められた。

問屋への表彰はまもなく実施され、1916年9月には東京の西村吉兵衛、兵庫の音伍社、大阪の清原金次郎の三店が受賞した⁸⁰。1917年には神奈川の横浜冷蔵庫、音伍社、清原金次郎が、1918年には愛知県の佐藤九右衛門、西村吉兵衛、清原金次郎が受賞し、初の特別表彰は清原に与えられた⁸¹。

(2) 指定問屋への報告義務

さらに組合は、「問屋商店表彰規程」のなかで指定問屋への報告義務を定めた。先述のように、従来組合は、消費地の商況や指定問屋の経営状態に関する情報を運送店や農学士、調査員を派遣して入手してきた。1920年代に至っても組合は毎年1~2回、「組合代表者」が取引要務をかねて「市場ノ調査」と「問屋ノ監督」のために「巡視」したとある⁸²。このように、表彰の前後で組合が取引先の信用状況の把握に費用をかけていた点に変わりはない。但し新設された表彰規程は、問屋自らも「自己ノ信用維持」のために、市場の商況や経営状態を報告するように明文化するものであった。報告内容は3項目で、市場における竹館組合の販売品の相場、竹館組合以外から供給される同一品種の相場とその売れ行き状況、相場の高低に関する特種の原因と結果等、であった。

(3) 問屋に対する交渉力の向上

問屋に対する組合の交渉力は高まっていった。それは、問屋手数料率の推移にも表れる(表7)。神田市場を例にすると、通常、問屋が受け取る販売手数料は売り上げの10%であった。それが竹館組合の場合には、1916年度の8.4%をピークに減少し、1919年度には4.2%にまで低下している。市場・取引先によって手数料率が異なる可能性を考慮したとしても、問屋への分配が減少したことは事実であろう。さらに1922年の資料によれば、組合は「指定問屋ヲ鞭撻」することを目的に「指定問屋以外ノ問屋ニ試売」することもあると記録されている⁸³。

組合の『事業報告書』には特別表彰を受賞した年以降、仕切書や売上金の回収を問題と

する記述はなくなる。1929年の状況を示した資料によれば、問屋は仕切書を送ると同時に振替口座、銀行口座に送金をしてくるとあり、遅延の場合は取立員を派遣する決まりであるがそれも「極僅少」で、出荷は問屋側からの請求によっても行われるとある⁸⁴。1923、4年度には、組合の販売品は「品質優秀、数量正確、荷造完全」であるため、「市場ニ於テ模範的ナリトノ賛辞ヲ各方面ニ宣伝」され、全国各市場で「圧倒的勢力ヲ以テ歓迎」されたとある⁸⁵。また、東京の指定問屋である西村吉兵衛は1937年、相馬貞一の生前を回想しながら、組合の林檎は「味の良いのと何時でも後荷が間に合ふと云ふ処から、(大量の継続出荷で然も検査済みの確実な品) 大いに歓迎された。」と評している⁸⁶。このように、組合は品質が保証されたと商品を安定的に供給する体制を構築することによって取引先への信用を維持しながら、商品取引で主導権を握っていった。

3. 3. 組合員との連帯

(1) 合理的経営への移行

組合と組合員の関係に目を向けよう。1920年度の『事業報告書』は「今ヤ本組合員ハ一般ニ経営振堅実トナリ、両三年来著シキ進歩ノ跡ヲ示シニ至レリ」とし、販売量が前年度比の約2倍、品質も「特ニ優秀」となり、「各地市場ヨリ一斉ニ賞賛ヲ博シ」たとしている。売上総金額は組合設立以来の新記録となった。組合はこれを、組合員が「合理的経営ノ培養ニ努メ、良果ヲ多産」し「抜売等ノ不正行為ナク」行動したためであると高く評価した。組合員はどのような過程を経て、劣等品を生産し、抜売をする「目前ノ利益ニ眩惑」する組合員から、高品質な林檎を生産し、組合の販売事業を信頼・期待して委託する組合員に変わっていったのか。三年間の取り組みを中心に生産面から見ていこう。

組合では毎年、林檎園を合理的に経営するために必要な「警告」を組合員に繰り返し発してきた。それにもかかわらず組合員は、生産費を惜しみ、粗放な経営を行っていた。こうした状況に変化が訪れ、組合員が栽培の合理化に着手するのは、1916年以降であった。

1916年、組合は産業組合中央会からの特別表彰に加えて、同年10月に開催された奥羽六県聯合共進会の「農業経営生産ニ関スル方法成績」で一等賞を獲得した⁸⁷。その翌年の6月、組合は、林檎園の生産状況を調査した結果、「組合区域内縦令一部落」ではあるが「明治四十四年以来、絶無ノ優良状態ニ快復シ得タルモノアルカ如シ」と記録している。そしてこの兆候を「組合施設ノ反応ナランニハ、快心ノ至リニ不堪、乞フ之ヲ爾後ノ経過ニ徴セント欲ス」として経過を見守る姿勢をとった⁸⁸。

組合員の覚醒は続いた。1917年度、県内各地の生産状況が「不良」に陥るなかで組合区域は「頗ル良好」となった。組合はこれを、組合が「病虫害ノ駆除、施肥其他栽培上必要ナル施設奨励警告ニ最善ノ労力」を尽くしたと結果であるとしている⁸⁹。またこの年以降、組合は、組合区域の各部落に「害虫駆除奨励金」を交付した。1918年度には、生産部の事業として「病虫害駆除督励指導委員」が「組合員園畝ヲ巡回」し、「栽培上須要ナル警告」を与えた。こうした取り組みが功を奏して、「猖獗ヲ極メタル害虫類」も「多少、被害程度ヲ低下」し、「薬剤使用者」も「激増」したとある。さらに同年、組合は、「例年、専門学者ヲ聘シ、農事講習会ヲ開キ、組合員又ハ其子弟ノ教養ニ努メタル結果」として「学理ヲ応用シ、即チ合理的経営」を試みるものが「漸次増加」している述べ、これを「喜ぶべき現象」、「近時組合員ノ園畝経営思想漸次健（堅）実ノ域」に向かっていると自賛している。

他にも組合は、「問屋商店表彰規程」が可決されたのと同じ総会で、購買品目のうち薬品や肥料は「組合と組合員相互の便益」を図って、組合側で調合して組合員に売却するという定款を加えるなど⁹⁰、組合員の生産活動の支援に努めた。

(2) 抜売問題の解決

組合は抜売の防衛にも乗り出した。1917年度、生産状況に恵まれた組合区域には紅玉の販売時期になると「地方商人」が「蝟集」し、組合員に「抜売ヲ煽動」する形跡がみられるようになった。この年組合は、抜売の「防衛策」のために次のような行動に出た。組合は紅玉の若干を競売にかけた。その価格 1.76 円は（表 5）、当時、「組合員ノ抜売」または「非組合員カ個々ニ商人ニ売却シタル価格」と比較しても「二割乃至三割以上ノ高上」となった。組合員のなかには「利益シタルモノ不少」とある。さらにこの競売価格は「予定ノ方法」、すなわち、委託販売で東京、横浜、名古屋、大阪などへ出荷した場合の価格と比較すると「尚二割乃至三割以上ノ低価ナルヲ知ルベシ」としている。競売の結果は、組合を通じて販売すること、組合への委託が如何に有利であるかを組合員に示すことになったといえよう⁹¹。

また、1918年と1919年度には2年間にわたって相場の動乱にみまわれたが、組合は組合員の意向を重んじて対応を重ねた。1918年度、紅玉を採集する時期に大風が襲来し「美果ノ大半」が脱落したのを理由に相場が「昂騰」したのに加えて、「商人ノ思惑買占等」により林檎価格は上昇した。しかしながら組合が「人為的不自然ナル相場ノ昂騰ハ決シテ長ク持続スルベキモノアラズ」と表現したように、12月以降価格は「崩落ノ徴候（略）下落

二次グニ下落」となった。各地の相場が「崩壊」となるなかで組合は「組合員ノ希望ヲ参酌」し、1919年1月以来、「県外市場へ輸送シ、其売逃ゲニ努力」した⁹²。1919年2月23日には、国光の販売に関して組合員を招集し、協議会を開催したことが記録されている。翌1919年度は、県全体で林檎が不作となり、またしても「地方仲買商人」による思惑買占の勢いが増した。産地相場が市価よりも高価になるという「奇現象」を察知すると組合は「組合員ノ希望ヲ参酌」して大半を産地現金売りとした⁹³。

こうした取り組みが1920年度の状況に繋がった。1921年度には、組合員でない当業者は容器、倉庫もなく、「銘果」も「商機考量ノ余裕」がないため、「唯商人ノ云ヒナリ」に従って「廉売」するよりほかないのに対し、組合は「容器倉庫等ノ整備ヲ整へ、常ニ各地市場ノ商況ニ照ラシ」て販売するので「機敏ナル商人輩」といえども「爪牙ヲ入ルルノ余地」がない。そして、「本組合区域」だけは「他地方」に比べて「常ニ高価」で取引され、「組合員ハ勿論、組合員外」も「其ノ利益」を「均落」していると自賛している⁹⁴。1923年度には第一次大戦後の不況に加えて東京が関東大震災に見舞われたなかでも組合の販売は好成績を収めた。組合林檎は「品質優秀、整齐及荷造ノ完全」であるから「市場ニ於テ模範的ナリト賛辞ヲ各方面ニ宣伝セラレツツアル」とし、他にも優品を産出する地域が出てきているのであるから組合員は「協力一致、本業ノ発展ニ最大ノ労力ヲ惜マザランコト」を切望するとしている⁹⁵。

(3) 組合員に対する施策

最後に、1910年代後半にすすめられた組合員に対する販売上の施策を見ておこう。はじめに、仮渡金支払率の拡大である。1908年の規程では時価の5割以内であったものが1918年までに8割以内に拡大している。貯蔵・冷蔵林檎の販売に力を入れるなかで、仮渡金支払率の拡大は組合員の短期的な資金融通により柔軟に 대응することを可能にしよう。売上金の精算も、従前は早中晩の林檎の熟期に区別して決算していたものを3ヵ月毎とし、1922年までには月毎に支払う体制となった⁹⁶。また、表7を見てみよう。売上金のうち組合員に分配される割合は上昇し、歩合金率は1918年度を境に低下している⁹⁷。1921年度もしくは1923年度からは出荷票に組合員各自の記号、園名を記載することも認められた⁹⁸。

組合は、販売成績は、林檎生産高の多寡は勿論であるが、その根底は「共同心の強弱」によると述べた⁹⁹。また、組合員に対して、「販売上ニ関スル希望ヲ参酌スル」ことにも「最善ノ考量」を払ったとある¹⁰⁰。組合は「共同心」を強化するための施策を重ねながらも、

組合員、個々人の主体性を認めることによって、協力的な体制の構築を図った。なお、組合は問屋に対して主導権を握りながらも、自らの信用を重視したことに変わりはない。1919年度は産地相場が市価を上回る現象が見られるなかで組合は、組合員の希望を汲んで産地での現金売りを許可したものの、「優良品」の買い取りを行い「多年ノ取引先ニ対スル信用保持ニ務メ」たとしている¹⁰¹。

終わりに

本稿は青森県南津軽郡で産地形成の核となり、ブランドの確立に成功した竹館組合の生産・販売事業に注目し、組合が、組合員との結束を固めながら、大都市の指定問屋との関係で主導権を握っていくまでの過程を、組合と組合員、指定問屋の利害関係に焦点をあてて明らかにした。品質と梱包を重視した出荷体制、三者の利害調整の過程は既に述べてきた通りである。本稿が示した内容に若干の解釈を補うことにしよう。

小生産者である農家と市場との接点には多様なパターンがある。竹館組合の事例は、出荷組合が主流であった当時の状況からすれば特殊である。しかしながら、小生産者が生産と販売を組織化することによって取引費用の削減に努め、リスク分散をした点では共通するものがある。むしろ、商標・等級別に商品の供給を安定的に行う体制を維持するには、生産、購買、販売、信用の各部門を兼営し、統一的な栽培管理を行い、多量の林檎を産出する仕組が不可欠であった。小規模な組織、出荷組合のように販売に特化した季節的な組織では、ブランドを確立し、維持していくことは困難であったと言えるだろう。

組合は、設立当初からブランドの認知、需要開拓に努め、有力な指定問屋、小売店に流れるルートを確保した。但し、相対・掛売の取引慣習のもと、長期的な取引を戦略とした組合は、ブランドが確立し、消費者サイドから継続的な出荷が望まれるようになった段階においてもなお、指定問屋の監視・調査に費用を投じる必要があった。また、商品の供給量を前年度の販売成績に連動させる仕組み、問屋表彰制度なども、信用に基づいた長期的な取引を確実にするためのものであったと言える。

最後に、組合と組合員の関係に目を向けよう。竹館組合を組織した村の上層部は、品質が保証された商品を指定問屋に委託することを事業の軸とした。こうした方針に従わず、劣等品を生産し、買付に訪れた商人へ抜売し、近隣組合への横流しをした組合員は、「薄志弱行」で価格変動リスクへの認識が甘い近視眼的な農民であったのか。本稿の事例からは、村の上層部が認識していた以上に、生産・販売の両面で組合員は合理的な選択をしていた

と読み取れる。組合員は、年間を通じて、販売額から生産費を引いた額の和を最大化しようとしていた。だからこそ、組合ブランドによる品質差益分が高品質な商品生産をするための費用上昇分を上回ると期待できない段階では、安い費用で劣等品を生産する戦略に出ていると考えられる。

なお、本稿で十分に触れられなかった、1920年代後半以降の販売事業、1914年度から組合が兼営した信用部の活動については別稿で述べることとする。

¹ 玉真之介『主産地形成と農業団体—戦間期日本農業と系統農会』農山漁村文化協会、1996年。

² 加瀬和俊「昭和恐慌と産業組合」斎藤仁編『日本資本主義の発展と産業組合』日本経済評論社、1979年、62頁。暉峻衆三『日本農業史—資本主義の展開と農業問題』有斐閣、1981年、105頁。

³ 飯岡清雄『蔬菜果実取引の新研究』青果同好会、1926年、38～40頁。組合製糸を事例に抜売の議論を展開したものに清川(1994)がある。(清川雪彦「村の経済構造からみた組合製糸の意義—大正期の群馬県の事例を中心に—」『社会経済史学』第59巻5号(1994年1月)、1～31頁)。

⁴ 中林真幸「日本資本主義論争—制度と構造の発見」杉山伸也編『「帝国」日本の学知2：「帝国」の経済学』岩波書店、2006年。山田盛太郎『日本資本主義分析』岩波書店、1934年。

⁵ 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十二年度事業報告書：自大正六年七月一日至大正七年六月三十日』、16頁。

⁶ 波多江久吉・斎藤康司編『青森県りんご百年史』青森県林檎百年記念事業会、1977年。佐藤健造『相馬貞一翁伝』相馬貞一翁頌徳会、1984年。

⁷ 葛西覽造・鈴木政四郎『竹館村誌』1953年、371頁。産業組合中央会『特別表彰産業組合実績第5回』1917年、21～22頁。

⁸ 相馬は、郡内6村に田畑66町歩、小作人75名を保有し、うち7町歩を自作する大地主であった。(農商務省編『五十町歩以上ノ大地主』1924年。(鈴木隆一編『都道府県別資産家地主総覧青森編』1995年。))。

⁹ 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『大正十年度(第十六回)財産目録、貸借対照表、事業報告書、剰余金処分案：自大正十年七月一日至大正十一年六月三十日』17頁。(青森県立図書館蔵、複写資料。以下、『第二年度』を除き、各年度『事業報告書』は、青森県立図書館蔵、複写資料による。)

¹⁰ 世帯数は、葛西・鈴木『竹館村誌』、374頁の統計による。

¹¹ 暉峻『日本』、105頁。

¹² 長谷川信太郎「財政読本」『遺響』相馬翁遺響刊行会、1937年、25頁。

¹³ 農商務省農務局『園芸家畜家禽製紙産業組合事例』1908年、45頁。

¹⁴ 渡邊程治「青森県竹館村林檎生産販売購買組合を見る(上)」『帝国農会報』第1巻第4号(1911年4月)、49頁。

¹⁵ 橋部正農夫「京浜市場に於ける本県林檎の声価」『青森農会報』第14号(1911年3月)、38～39頁。

¹⁶ 東京市商工課『青物市場調査資料』1923年、17、26～27頁。

¹⁷ 神田市場協会・神田市場史刊行会編纂『神田市場史上巻』1968年、563、615頁。

¹⁸ 『東奥日報』1901年11月13日。東奥日报社「りんご読本」『月刊東奥臨時増刊』第2巻第13号(1940年12月)、110頁(弘前市立図書館蔵)。

¹⁹ 神田市場『神田』、615頁。

²⁰ 飯岡『蔬菜』、38～40頁。

²¹ 「大正年間迄は県外商人の横行時代で、腕に縊をかけて産地に買い込みに来た。(略)

村でも一寸気の利いた栽培家や移出商人を訪問すると先ず子供等に五十銭銀貨を握らせて主婦のご機嫌をとつた上、然るべき手土産を差出して話し込む弁の流暢さと態度の鷹揚さにこちらは既に参つてどんな力のある商人だろうと早くもほれ込んで了ふ。そして結局五十円か百円の手付き金で一車、二車の輸送を約束する。所謂、商談成立である。此手で次から次からと決めて商人は帰るが、積んだ荷物の仕切は待てど暮せど来ない。あれ程の人格者の商人から仕切の来ない筈はないと、何回も何回も至急親展の手紙や電報を出すと、やつと来た返事には到着が後れて期待した日に間に合はなかつた、荷が傷んで来た品が腐つてみた文句ばかり書いてあつて肝腎の為替が入つてゐない。(略)それも三、四ヶ月中に返事の来るのは未だよい方で半年も来ないのはざらにあつた。』。東奥日報社「りんご読本」, 110~111 頁。このような被害は青森県の林檎栽培地域に限らなかつた。飯岡は、前掲書のなかで、東京市で卸売市場法が適用される前の 1926 年、「信用状態」をよく把握せずに商人の買付に応じる危険を警告している。

²² 東京市『青物』, 1923 年, 16 頁。

²³ 東京市『青物』, 1923 年, 156 頁。

²⁴ 荒木孟「中央卸売市場に関する諸問題」『中外商業新報』, 1933 年 8 月 26 日 (神戸大学新聞記事文庫, 市場 7-115)

²⁵ 東京市『青物』, 18, 27 頁。

²⁶ 東京市『青物』1923 年, 30 頁。卸売市場法が適用されて以降は、帳簿や仕切書の様式が規格化され、仕切書は炭酸紙で三通同時に書き取り、一通は荷主に、一通は市に、一通は保存するようになった。(東京府市青果市場連合会『東京青果市場連合会報』第 3 巻第 38 号 (1932 年 5 月), 32 頁。)

²⁷ 東京市『青物』1923 年, 16 頁。

²⁸ 農商『園芸』, 30 頁。

²⁹ 農商『農務局報第 25 号』, 52 頁。

³⁰ 無限責任竹館林檎生産購買販売組合『明治四十二年度元帳』。(弘前市立図書館蔵, 複写資料)。

³¹ 神田『神田』, 522 頁。『大水弥三郎聞書』1963 年 (弘前市立図書館蔵)。

³² 小菅慶太郎・吉野久和編『京都商工人名録』合資商報, 1912 年, 84~85 頁。

³³ 無限責任竹館林檎生産購買販売組合『第二年度事業報告書: 自明治四十年七月一日至明治四十一年六月三十日』。(弘前市立図書館蔵)。なお、組合によれば、「購買部経営ノ困難」は、「地方商人」が「一般ニ信用ヲ重ンセス, 法律思想幼稚ニシテ, 契約ノ何タルヲ解セズ, 約束期間ノ経過」は殆どあつてこととしている。しかしながら、組合の存在が「漸ク社会ニ認知セラレ来タ結果」として、1921 年度には、購買部の「商取引ハ極メテ円滑ニ遂行スルコトヲ得」るに至つた。(無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『大正十年度 (第十六回) 財産目録, 貸借対照表, 事業報告書, 剰余金処分案: 自大正十年七月一日至大正十一年六月三十日』, 20 頁。)

³⁴ 無限責任竹館林檎生産購買販売組合『第八年度事業報告書: 自大正二年七月一日至大正三年六月三十日』, 15 頁。

³⁵ 農商『園芸』, 45 頁。

³⁶ 竹館組合『第二年度』。

³⁷ 農商『園芸』, 41 頁。

³⁸ 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合定款附細則, 規程, 規約等』1918 年。(弘前市立図書館蔵, 複写資料)。

³⁹ 中林真幸『近代資本主義の組織—製糸業の発展における取引の統治と生産の構造』東京大学出版会, 2003 年。谷山英佑「明治前期製糸業における商標の確立と行政による保護: 群馬県と福島県の制度分析と比較」『経営史学』第 42 巻第 3 号 (2007 年 12 月), 68~91 頁。

⁴⁰ 今津健治「工業化に果した勸業政策の役割: 農商務省商工系技師をめぐって」南亮進・清川雪彦編『日本の工業化と技術発展』東洋経済新報社, 1987 年, 237~259 頁。

⁴¹ 山崎磐男『蔬菜果物の荷造と販売』西ヶ原刊行会, 1936 年。

- 42 “The History of Sunkist”(http://www.sunkist.com/flash/timeline.html) (2009年4月7日)。
- 43 渡邊「青森県(上)」, 51頁。
- 44 外山親三「青森県の産業組合」『帝国農会報』11号(1913年11月), 35頁。農商『農務局報第25号』, 46頁。外山は1913年の状況として, 組合員のなかには自ら規程の荷造りをして「商標を貼付」し特約問屋に出荷の手続きをするものもいたという。しかしながら, 1929年度の時点では, 荷造りは全て組合が行ったと記録されている(産業組合中央会『産業組合調査資料第34輯: 販売組合経営事例: 其一園芸品ノ部』1929年, 9頁)。
- 45 農商『農務局報第25号』, 46頁。
- 46 農商『農務局報第25号』, 50頁。その内訳は, 箱代63銭, 釘代1銭, 縄代1.5銭, 新聞紙代1銭, 鋸屑代6.5銭, レッテル代3銭, 保証票0.5銭, 人夫代3銭, パラフィン紙代3.5銭である。
- 47 仙台鉄道局運輸課『青森県の林檎』1930年, 38~39頁。
- 48 産業組合中央金庫仙台支所『青森苹果の概況』1938年, 16~17頁。
- 49 農商『農務局報第25号』, 46頁。なお, 山崎磐男の前掲書によれば, 商票は「一定の商標を含め, 文字或は図案, 色彩等に依って意匠を擬らし, 荷造の外観の価値を向上せしむると共に販売上の信用を保証し, 一見其の品物をして売手に窺知せしむ」ものとある。
- 50 菊池秋雄「相馬貞一翁の想ひ出」『遺響』相馬翁遺響刊行会, 1937年, 4~5頁。
- 51 万惣フルーツパーラ, パンフレット(2009年12月)。
- 52 竹館林組合『第二』。
- 53 渡邊程治「青森県竹館村林檎生産販売購買組合を見る(中)」『帝国農会報』第1巻第6号(1911年6月), 37頁。
- 54 波多江『青森』, 282頁。
- 55 竹館組合『第二』。
- 56 農商『園芸』1908年, 45頁。
- 57 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第七年度事業報告書: 自明治四拾五年七月一日至大正二年六月三十日』, 9~10, 19, 21頁。(青森県立図書館蔵, 複写資料)。
- 58 無限責任竹館林檎生産購買販売組合『第九年度事業報告書: 自大正三年七月一日至大正四年六月三十日』, 12, 14頁。
- 59 竹館組合『第十』, 11~12頁。
- 60 竹館組合『第九』, 27頁。
- 61 竹館組合『第七』, 10頁。
- 62 竹館組合『第二』。
- 63 竹館組合『第七』, 10, 15頁。劣等品を有利に販売する方法として, 組合は1928年度から林檎加工業に着手する。県内でも先駆的な取り組みであった。
- 64 渡邊程治「青森県竹館村林檎生産販売購買組合を見る(中)」『帝国農会報』第1巻第6号(1911年6月), 37頁。
- 65 卸売市場制度五十年史編さん委員会『卸売市場制度五十年史』, 381頁。
- 66 竹館組合『元帳』。
- 67 産業組合中央会『産業組合調査資料第32輯: 模範産業組合員事績』1929年, 3頁。
- 68 波多江『青森』, 176頁。
- 69 組合員への制裁は, 信用部の事業を通じてなされたとも考えられる。1914年度以来, 組合は信用事業を兼営したが, 貸付は組合員ごとに作成された信用程度表に基づいて行われた。評価は1,000点満点とし, うち「組合関係」が400点で, その内訳は「貯金」「約束履行」各100点, 「信用部利用」「購買部利用」「生産部利用」「販売部利用」各50点とされた。
- 70 竹館組合『第八年度』, 10頁。外山「青森県」, 35~36頁。
- 71 竹館組合『第七』, 16頁。
- 72 竹館組合『第八』, 10~11頁。
- 73 農商『農務局報第25号』, 51頁。
- 74 竹館組合『第七』, 32頁。1912年10月には相馬清明を仙台市の問屋, 伊藤忠助のもとへ派遣し, 販売品未収入金を整理させている

-
- 75 竹館組合『第七』, 16 頁。
- 76 竹館組合『第八』, 11, 26, 35 頁。
- 77 農商『園芸』, 42 頁。1908 年時点の雛形は月毎に 1~10 点で評点するものであった。
- 78 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十年度事業報告書：自大正四年七月一日至大正五年六月三十日』, 25 頁。
- 79 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十一年度事業報告：自大正五年七月一日至大正六年六月三十日』, 10 頁。
- 80 竹館組合『第十一』, 36 頁。竹館組合『第十二』, 14 頁。
- 81 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十三年度事業報告書：自大正七年七月一日至大正八年六月三十日』, 18 頁。
- 82 農商『濃霧局報第 25 号』, 51 頁。
- 83 農商『農務局報第 25 号』, 50 頁。
- 84 産業組合中央会『産業組合調査資料第 34 輯』, 9 頁。
- 85 竹館組合『第十八』, 18 頁。同『第十九』, 19 頁。
- 86 西村吉兵衛「林檎の神様」『遺響』, 83~84 頁。
- 87 竹館組合『第十一年』, 26 頁。
- 88 竹館組合『第十一年』, 12 頁。
- 89 竹館組合『第十二』, 16 頁。
- 90 産業組合中央会『特別表彰』, 37 頁。1915 年度に行われた総会で、「肥料配合薬品ノ配合ヲ為スコトヲ得」という項目が定款に追加された。
- 91 竹館組合『第十二』, 16~18 頁。
- 92 竹館組合『第十三』, 21~22 頁。
- 93 竹館組合『第十四』, 19~20 頁。
- 94 竹館組合『大正十年度（第十六回）』23~24 頁。
- 95 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『大正十二年度（第十八回）財産目録, 貸借対照表, 事業報告書, 剰余金処分案：自大正十二年七月一日至大正十三年六月三十日』, 19~20 頁。
- 96 農商『農務局報第 25 号』, 51 頁。
- 97 1912~17, 1918~24 年の歩合金率の平均は, 有意水準 1% で有意な差が確認される。
- 98 『無限責任竹館林檎販売購買信用利用組合定款』（青森県立図書館蔵。）
- 99 竹館組合『第十二』, 16 頁。
- 100 竹館組合『第十九』, 19 頁。
- 101 竹館組合『第十四』, 20 頁。

-
- 75 竹館組合『第七』, 16 頁。
- 76 竹館組合『第八』, 11, 26, 35 頁。
- 77 農商『園芸』, 42 頁。1908 年時点の雛形は月毎に 1~10 点で評点するものであった。
- 78 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十年度事業報告書：自大正四年七月一日至大正五年六月三十日』, 25 頁。
- 79 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十一年度事業報告：自大正五年七月一日至大正六年六月三十日』, 10 頁。
- 80 竹館組合『第十一』, 36 頁。竹館組合『第十二』, 14 頁。
- 81 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『第十三年度事業報告書：自大正七年七月一日至大正八年六月三十日』, 18 頁。
- 82 農商『濃霧局報第 25 号』, 51 頁。
- 83 農商『農務局報第 25 号』, 50 頁。
- 84 産業組合中央会『産業組合調査資料第 34 輯』, 9 頁。
- 85 竹館組合『第十八』, 18 頁。同『第十九』, 19 頁。
- 86 西村吉兵衛「林檎の神様」『遺響』, 83~84 頁。
- 87 竹館組合『第十一年』, 26 頁。
- 88 竹館組合『第十一年』, 12 頁。
- 89 竹館組合『第十二』, 16 頁。
- 90 産業組合中央会『特別表彰』, 37 頁。1915 年度に行われた総会で、「肥料配合薬品ノ配合ヲ為スコトヲ得」という項目が定款に追加された。
- 91 竹館組合『第十二』, 16~18 頁。
- 92 竹館組合『第十三』, 21~22 頁。
- 93 竹館組合『第十四』, 19~20 頁。
- 94 竹館組合『大正十年度（第十六回）』23~24 頁。
- 95 無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『大正十二年度（第十八回）財産目録, 貸借対照表, 事業報告書, 剰余金処分案：自大正十二年七月一日至大正十三年六月三十日』, 19~20 頁。
- 96 農商『農務局報第 25 号』, 51 頁。
- 97 1912~17, 1918~24 年の歩合金率の平均は, 有意水準 1% で有意な差が確認される。
- 98 『無限責任竹館林檎販売購買信用利用組合定款』（青森県立図書館蔵。）
- 99 竹館組合『第十二』, 16 頁。
- 100 竹館組合『第十九』, 19 頁。
- 101 竹館組合『第十四』, 20 頁。

表1 竹館組合の組合員数

		合計	竹館村	尾崎村	町居村	柏木町村
1907年	1年度	50				
1907年	2年度	51				
1908年	3年度	102				
1909年	4年度	149				
1910年	5年度	225				
1911年	6年度	246				
1912年	7年度	243	157	50	33	3
1913年	8年度	244	161	47	33	3
1914年	9年度	278	191	41	43	3
1915年	10年度	280	193	42	42	3
1916年	11年度	280	193	42	41	4
1917年	12年度	279	190	43	43	3
1918年	13年度	280	194	42	42	2
1919年	14年度	284	201	39	42	2
1920年	15年度	280	200	36	42	2
1921年	16年度	287	207	36	42	2
1922年	17年度	302	214	44	42	2
1923年	18年度	316	228	44	42	2
1924年	19年度	326	235	46	43	2

出所) 農商務省農務局『農務局報第25号:園芸業ニ関スル組合事例其ノ1』大日本農会, 1922年;無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合『事業報告書』各年度(青森県立図書館蔵,複写資料)より作成。

表2 リンゴを取り扱う産業組合, 1910年代

	設立年月日	組合区域	組合員数		1口の金額(円)		1911年		1918年		販売額(円)			受賞歴 1919年		
			1911年	1921年	1911年	1921年	出資金 (円)	払込済 (円)	%	出資金 (円)	払込済 (円)	%	1911年		1919年	1921年
中津軽郡	清水林檎生産販売購買(信用)組合	清水村※, 千歳村, 駒越村, 弘前市	88	84	20	22	5,560	1,390	25	25,140	9,955	40	58,800	107,950		
	相馬村信用購買販売組合	相馬村五所	-	85	-	41	-	-	-	1,190	1,114	94	28,215	2,823		
	如來瀬信用購買販売組合	如來瀬村如來瀬	-	42	-	15	-	-	-	1,620	960	59	26,407	17,464		
	兼平信用購買販売組合	不明	-	60	-	20	-	-	-	2,420	1,275	53	16,065	44,692		
南津軽郡	大鰐林檎購買販売(生産)組合	大鰐村大鰐	45	58	20	20	900	135	15	1,920	1,900	99	7,946			
	葉師堂林檎(信用)生産購買販売組合	石川村葉師堂※, 柏木町村高畑, 吹上	50	129	10	10	1,530	459	30	2,720	2,720	100	13,666	28,447	24,709	
	吉内林檎生産購買販売組合	五郷村吉内※, 本郷	20	-	20	-	1,420	426	30	-	-	-	-	-	2,977	
	大澤果物生産購買販売組合	石川村大澤	64	68	20	18	4,500	450	10	3,810	2,305	60	-	-		
	乳井信用生産購買販売組合	石川村乳井	67	110	10	10	1,940	1,131	58	2,390	2,190	92	9,799	14,579	11,088	○×
	竹館林檎生産購買販売(信用)組合	竹館村※, 町居村, 尾崎村, 柏木町村	195	284	25	25	9,025	9,025	100	36,825	35,220	96	58,236	55,110	202,142	◎
	畑岡林檎馬鈴薯生産購買販売組合	畑岡村※, 藤崎村, 中津軽郡和徳村	26	-	10	-	260	260	100	-	-	-	8,888	-	-	
	保	藤崎果物生産購買販売組合	藤崎村※, 十二里村, 畑岡村, 光田寺村, 田舎館村, 中津軽郡和徳村	30	49	10	25	3,000	954	32	9,723	1,946	20	29,623	-	
		吉内林檎生産購買販売信用組合	五郷村吉内	-	100	-	20	-	-	-	3,400	3,042	89	-	4,251	
		吉野田林檎購買販売生産組合	不明	-	27	-	10	-	-	-	1,390	807	58	-	-	
北津軽郡	長峰林檎購買販売組合〔長峰信用購買販売利用組合? (1921年)〕	不明	-	35	-	20	-	-	-	1,400	1,245	89	-	-	[1425]	
	板柳信用購買販売組合	板柳村※	42	-	20	-	2,960	296	10	-	-	-	10,000	-		
三戸郡	三戸林檎販売組合	向村※, 平良崎村, 三戸町, 留崎村, 八戸町, 是川村, 五戸村, 川内村, 浅田村, 斗田村, 館村, 野崎村, 戸来村, 北川村	57	-	10	-	570	8	1	-	-	-	3,945	-		

注) 1. 抽出の基準は、販売品目(リンゴ)が掲載されている組合の名称にリンゴ、果物が含まれるのいずれかとした。2. 無は無限責任、有は有限責任、保は保証責任。3. 組合区域の※は、事務所所在地を示す。4. 受賞歴は1919年までのもの。◎は産業組合中央会の特別表彰、○は中央会表彰、×は支会表彰。
 (出所) 青森県内務部『青森県各種組合要覧』1911年、青森県内務部勸業課『青森県産業組合要覧大正八年度』1921年、『青森県中津軽郡統計書』1917年度。

表3 東京府・岩手県・青森県の果物を扱う商人

1898年(東京府, 岩手県, 青森県)

			件数	氏名(店名, 住所, 兼業内容)
東京府	神田区	青物仲買商	2	中島忠兵衛(美濃屋, 連雀町17, 兼果物仲買), 江藤ふさ(いまや, 連雀町7, 兼果物仲買)
		果物問屋	2	西村小市(須田町8), 青木金兵衛(須田町17, 兼海苔水卸売)
		果物仲買商	4	岡村松次郎(武蔵屋, 連雀町2-5, 兼甘藷仲買), 鶴岡辰五郎(金万屋, 多町2-5, 兼甘藷仲買), 杉浦卯三郎(三卯本店, 須田町10), 鈴木弥七(万屋, 須田町1)
	日本橋区	果物商	3	井上安次郎(丹波屋, 木材本町1-2, 兼海草問屋), 中西友太郎(紀伊国屋, 元四日市町4, 蜜柑問屋), 浅川伊助(加賀屋, 元四日市町1, 水菓子商人)
	京橋区	氷水菓子商	6	横倉十郎(三國屋, 入舟町5-3, 西洋果実烏商), 治谷治郎吉(千疋屋, 中橋広小路8), 田中岩次郎(山田屋, 南金六町5), 小林太郎吉(鴨屋, 銀座1-8), 小林徳三(かもや, 尾張町新地4), 齋藤義政(千疋屋, 南金六町4)
		果物仲立商	8	石川平七(伊勢屋, 北紺屋町19), 富本健蔵(綿屋, 北紺屋町17), 折戸新太郎(下総屋, 北紺屋町16), 岡本松次郎(遠州屋, 北紺屋町18), 川口喜太郎(米屋, 北紺屋町14), 河村菊次郎(遠州屋, 南紺屋町6), 大橋米吉(銀座2-5), 村田よね(川村, 南伝馬町3-23, 煮豆佃煮漬物商)
		青物商	1	中川幸七(中川商店, 銀座3-1, 兼果物商)
	浅草区	青物商兼果物	3	渡辺山三郎(馬道街3-6), 船越常次郎(七軒町4), 神保富次郎(花川戸町3, 果物商)
		甘藷卸売	1	吉野ふさ(下総屋, 黒船町17, 兼果物商)
	豊多摩郡	青物商	1	宮岡小三郎(中村屋, 淀橋町)
岩手県	盛岡市	果物商	11	大沢勘助(鉦屋町, 兼青物荒物商), 大信田與八(八百屋, 生姜町, 兼青物・乾物商), 兼平兼吉(鉦屋町, 兼青物・乾物商), 吉田倉治(鉦屋町, 兼青物・乾物商), 桑原喜四郎(河島屋, 新穀町, 果物, 青物問屋), 佐々木善八(荒十, 呉服町, 果物委託販売洋酒罐乾物商), 佐藤谷次郎(鉦屋町, 兼果樹・苗木・農産種子商), 佐々木竹松(山屋, 新穀町, 果物仲買), 櫻田重助(櫻屋, 新穀町), 佐々木徳太郎(材木町, 兼青物商), 佐々木宗次郎(長町, 兼荒物商)
青森県			0	該当なし

1913年(青森県)

青森県	青森市	青物果物商	15	浜田孝一郎(大町, 果物乾物), 堀内彦次郎(安方町), 太田岩五郎(大町), 奥寺平吉(大町), 萩井安兵衛(米町), 賀田定助(安方町), 松井百太郎(米町), 藤林忠兵衛(米町), 合資会社青浦商会(浜町), 佐々木長太郎(浜町), 篠原善次郎(大町), 七戸実四郎(大町), 鈴木駒吉(鍛冶町), 合資会社東石商店(米町, 果実蔬菜乾物雑貨問屋), 和田喜左衛門(安方町, 蜜柑問屋味噌製造藍元売捌所, 米国, 石油釜屋堀過磷酸肥料燐寸, 硫酸アンモニア量表和洋菓子素麵清酢粉末石鹼特約販売)
	弘前市	果物商	4	鷲尾栄輔(下土手町, 各国果実問屋), 三浦豊五郎(三浦屋, 和徳町, 内外果実甘藷問屋タンク石油特約店), 皆川藤吉(富田町), 合資会社大一組合(代官町)

出所) 日本全国商工人名録発行所編纂『日本全国商工人名録: 全』1898年12月, 第二版。(渋谷隆一編『明治期日本全国資産家・地主資料集成』柏書房, 1984年収録。), 同『日本全国商工人名録: 全1916年, 第六版。

注) 神田区の青物仲買商の2/6, 京橋区の青物商の1/7, 甘藷卸売の1/3, 奥多摩郡淀橋町の青物商の1/2が果物を扱っていた。

表4 竹館組合の取引、出荷先

	取引先	竹館組合										青森県						
		1907 (第2)年度	1909 (第4)年度	1922年	1929年	1941年	1909(第4)年度		1929年		1909年度		1922年		1936年			
		〇	〇				額(円)	%	取引回数	量(斤)	%	量(箱)	%	量(箱)	%	量(箱)	%	
北海道	函館	〇																
青森県	青森市濱町		〇				4,641.9	6.8	5									
	弘前市土手町 南津軽郡尾上村 組合地域		〇				32.3	0.05	4									
秋田県	山本郡富根村		〇				2,208.0	3.2	7									
	仙台市元寺町小路		〇				6,255	0.9	32									
宮城県	伊藤忠助		〇				0.7	0.0	1									
	熊谷小兵衛		〇				3,463.7	5.1	14									
東京都	西村吉兵衛		〇				10,165.7	14.9	18									
	長谷川徳次郎		〇				9,834.7	14.4	20									
神奈川県	横濱市		〇				1,500.0	2.2	1									
	横濱冷蔵株式会社																	
愛知県	名古屋冷蔵庫		〇				623.6	0.9	1									
	佐藤九右衛門		〇				7,642.8	11.2	4									
京都府	米田市右衛門		〇				9,220.3	13.5	14									
	京都青果会社		〇															
大阪府	三木喜兵衛(平?)		〇															
	樋口兵(久?)次郎		〇				5.5	0.01	1									
兵庫県	丸共合資会社		〇				3,662.5	5.4	6									
	山崎冷蔵株式会社		〇				2,693.8	3.9	9									
その他	米井連三郎		〇				9,465.0	13.8	10									
	その他(16名)		〇				1,096.1	1.6	41									
合計		10	12(33)	7	8	4	68,440.4	100.0	215	1,499,522	100.0	35万	100.0	1,805,731	100.0	5,209,419	100.0	

※ 1912(第7)年度3月10、31日の等外品特売販売入札落札者 及川佐七(秋田県大曲町)、山本重蔵(同県土崎港)、白取タキ(白戸?) (青森県青森市薬師堂)、太田豊三郎(青森県南津軽郡金田村)。

注) 1. 1941年の取引先のうち、西村吉兵衛は神戸市場会社社長、米田市右衛門は京都青果会社社長、清原金次郎は大阪青果会社果実部長、米井連三郎は神戸青果会社社長である。2. 青蒲商会はラジオストアックに支店を持つ青森県内の輸出業者である。
 出所) 竹館組合『第二年度事業報告書』(弘前市立図書館蔵、複写資料)；同『明治四十二年元帳』(青森県立図書館蔵、複写資料)；農務省農務局『農務局報第25号：園芸業二関スル組合事例』1922年、51頁；産業組合中央会『産業組合調査資料第34輯：販売組合経営事例：其一園芸品』(弘前市立図書館蔵)；日本全国商工人名録発行所編『日本全国商工人名録』全1916年、第6版、小菅慶太郎、吉野久和編『京都商工人名録』合資商報、1912年；波多江久吉、斎藤康司編『青森りんご百年史』1977年、167、289頁；永市寿一『天満市場誌上巻』1929年、111頁；神戸市場協会・神戸市場史料行会編纂『神戸市場史上巻』1968年、585、596頁；『東興日報』1923年9月22日(波多江・斎藤編『青森りんご百年史』1977年、276頁)；橋本正農夫『京浜市場に於ける本果林機の声』(『青森農報』第14号) (1911年3月)；産業組合中央会青森支局『青森県苹果的概況』1938年、28～29頁。

表5 リンゴの等級・商標の有無別割合と価格, 1911~1924年

		総合:数量					総合:価格(1箱あたり, 円)					紅玉:価格(1箱あたり, 円)						
		販売高 (貫)	等級品(%)			等級外 (%)	その他 (%)	等級品		等級外	承認 売却	競売	等級品		等級外	承認 売却	競売	
			有	無	合計			有	無				有	無				
1911年	6年度	229,594	85.6			14.4	0.0						1.52		1.09			
1912年	7年度	208,747	59.1			12.6	28.4				1.51		1.87		1.15	1.58		
1913年	8年度	306,022	31.8	39.8	71.6	28.9	0.0	1.23	0.98	0.69			1.36	0.99	0.59			
1914年	9年度	238,656	17.1	50.2	67.4	17.5	15.1	1.45	1.13	0.76	1.05		1.56	1.12	0.63	1.11		
1915年	10年度	119,540	31.3	46.6	77.9	22.1	0.0	1.70	1.35	1.06	1.30		1.91	1.86	0.93	1.40		
1916年	11年度	176,023	14.1	50.5	64.6	16.2	19.2	1.70	1.23	0.72	1.17		1.36	1.17	0.61	1.20		
1917年	12年度	195,551	11.5	60.0	71.6	20.2	8.2	2.54	1.88	1.17		1.99	2.48	1.79	0.88		1.76	
1918年	13年度	140,920	8.5	49.5	58.1	41.9	0.0	2.60	2.61	1.25			5.09	2.91	1.72			
1920年	15年度	153,158	28.6	54.8	83.4	16.6	0.0	4.39	3.12	1.54			4.68	3.33	1.48			
1921年	16年度	216,655	36.4	43.2	79.6	20.4	0.0	5.64	4.45	2.47			6.01	4.04	2.48			
1922年	17年度	432,288	72.4			27.6	0.0	2.24		1.06				1.88		0.79		
1923年	18年度	223,735	58.7			58.7	41.3	0.0	4.97		3.44				5.57		3.57	
1924年	19年度	302,855	79.7			79.7	20.3	0.0	4.47		2.37				4.76		2.32	

出所) 農商務省農務局『農務局報第 25 号 : 園芸業ニ関スル組合事例其ノ 1』大日本農会, 1922 年 ; 竹館組合『事業報告書』各年度より作成。

表6 奥羽六県聯合共進会, リンゴ部門への出品数と結果

	出品者数	出品数	1等	2等	3等	4等	合計
宮城県	34	35		1	4	10	15
福島県	56	70	1	2	3	11	17
岩手県	32	55		1	2	4	7
青森県	127	234	2	4	10	23	39
うち、組合員			2	2	6	15	25
うち、組合地域			0	1	2	0	3
山形県	24	32			1	5	6
秋田県	67	113		4	4	13	21
合計	340	539	3	12	24	66	103

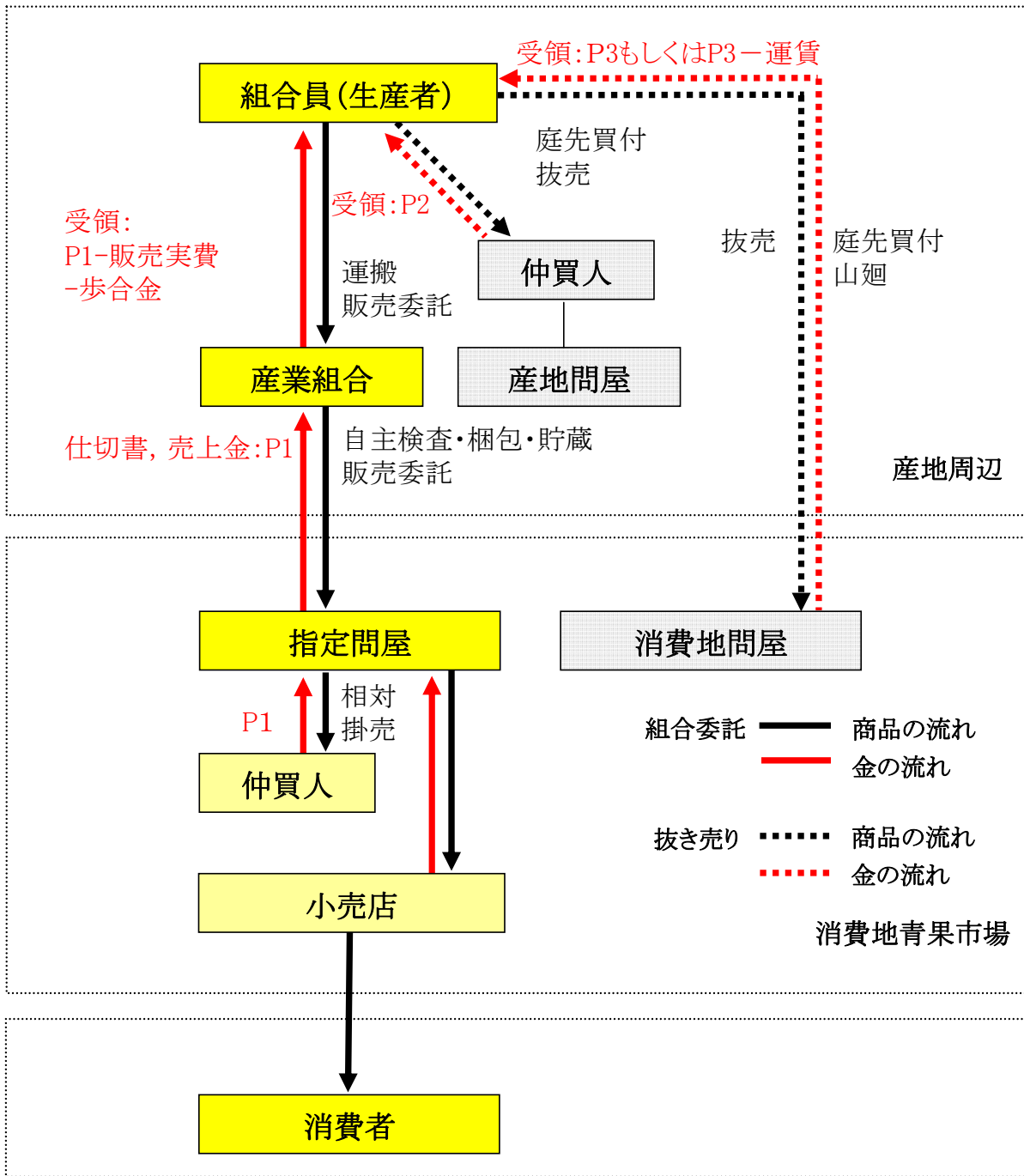
注) 3等のうち1件は、竹館組合の名義で受賞。他は組合員個人名での受賞となる。
 出所) 福島県聯合共進会 『奥羽六県聯合共進会事務報告第六回』1909年より作成。

表7 問屋手数料率と組合歩合金率

		売上額P1	販売実費			手取	歩合金	問屋 手数料率	組合員 手取率	組合 歩合金率
			問屋手数料	運賃及掛	荷造費及掛					
		a	b	c	d	e	f	b/a*100	e/a*100	f/e*100
1912年	7年度	79,466	6,631	7,831	10,717	54,286	2,463	8.3	68.3	4.5
1913年	8年度	105,777	8,570	13,286	21,334	62,586	1,888	8.1	59.2	3.0
1914年	9年度	77,454	6,824	9,348	14,158	47,124	1,466	8.8	60.8	3.1
1915年	10年度	51,474	3,900	6,180	6,491	34,903	1,300	7.6	67.8	3.7
1916年	11年度	54,156	4,551	5,406	8,301	35,899	1,138	8.4	66.3	3.2
1917年	12年度	98,812	6,957	5,956	11,758	74,141	2,237	7.0	75.0	3.0
1918年	13年度	76,348	4,007	3,969	8,537	59,836	1,308	5.2	78.4	2.2
1919年	14年度	72,487	3,067	3,574	6,011	59,836	1,303	4.2	82.5	2.2
1920年	15年度	137,682	8,825	8,338	17,734	102,786	1,811	6.4	74.7	1.8
1921年	16年度	251,680	14,005	12,466	23,067	202,142	5,013	5.6	80.3	2.5
1922年	17年度	289,442	20,307	33,853	63,036	172,246	4,594	7.0	59.5	2.7
1923年	18年度	262,374	15,179	21,366	23,609	202,220	4,994	5.8	77.1	2.5
1924年	19年度	331,301	25,813	25,903	24,481	255,103	7,416	7.8	77.0	2.9

注) 売上額は、純売上額に問屋手数料、運賃及掛、荷造費及掛を足し合わせた推計値。出所) 農商務省農務局農務局報第25号：園芸業ニ関スル組合事例其ノ1』大日本農会、1922年；竹館組合『事業報告書』各年度より作成。

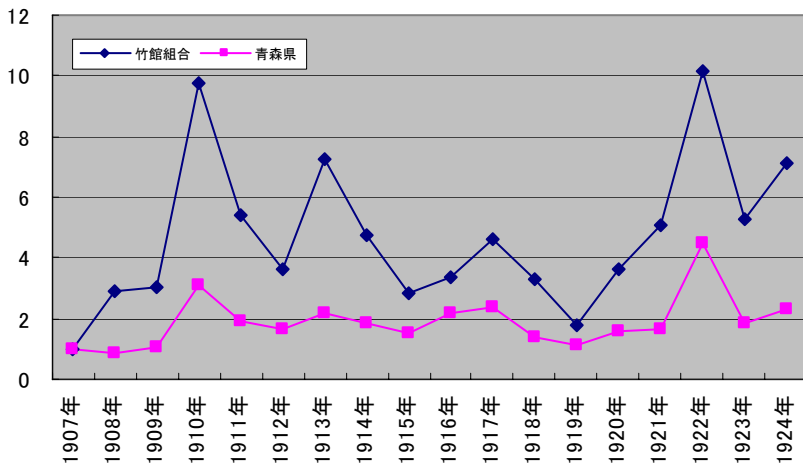
図1 取引図



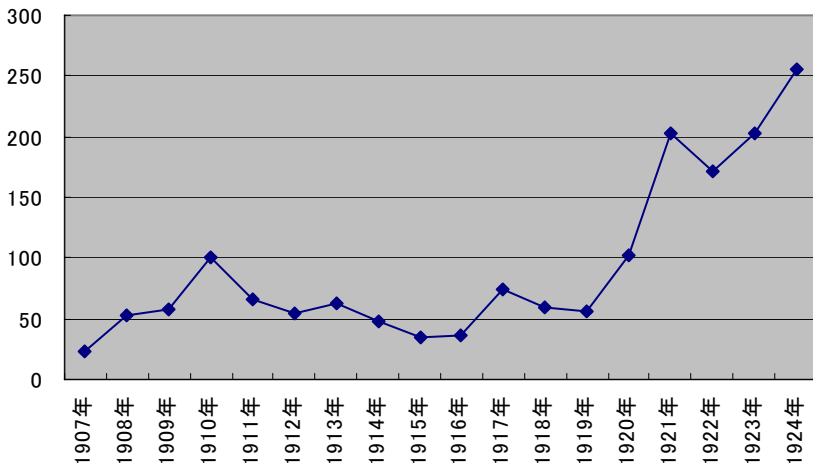
注) 1. 価格は、P1：消費地の問屋と仲買人・小売店が、消費地の市場で、相対、掛売で取引する価格；P2：産地の生産者と産地の商人が、生産者の庭先で、相対、即金で取引する価格。；P3：産地の生産者と消費地の問屋が、生産者の庭先で、相対、即金（内金の場合もあり）で取引する価格。 2. 組合員の受け取り額は、産業組合へ販売委託：P1－販売実費－歩合金；商人に抜き売り：P2,P3,もしくはP3－運賃。
 出所) 商工省事務局編纂『商取引組織及系統ニ関スル調査（蔬菜及果実）』日本商工会議所，1930年，48頁；産業組合中央金庫仙台支所『青森苹果の概況』1938年，23頁を参考に作成。

図2 竹館組合・青森県産リンゴ1貫あたりの価格 1907～1924年

2-1 竹館リンゴ(販売数量)と青森県産リンゴ(生産数量), 1907年を1とした場合の指数

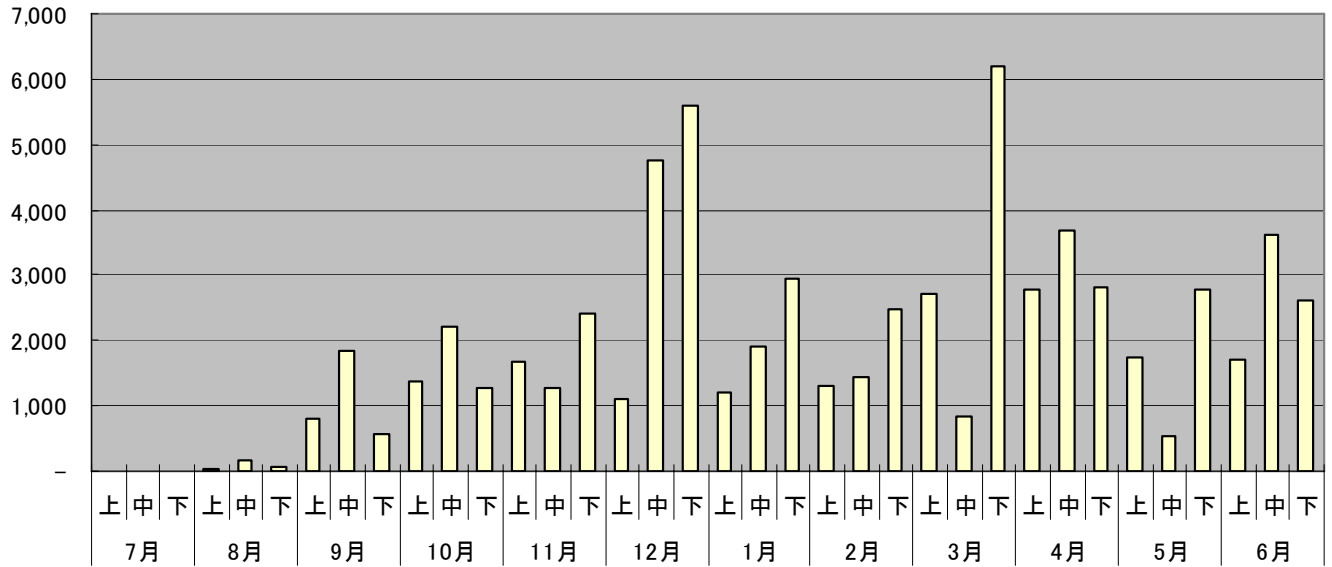


2-2 竹館リンゴの販売価額(1,000円)



出所) 竹館組合の数値は農商務省農務局『農務局報第 25 号:園芸業ニ関スル組合事例其ノ 1』大日本農会, 1922 年. 各年『事業報告書』より作成. 青森県の数値は 1907 年から 1919 年までの数量は『農商務統計』により他は『青森県統計表』より作成。

図3 指定問屋から組合への代金支払い, 1909年度(1909年7月～1910年6月), 円



出所) 無限責任竹館林檎生産購買販売組合『明治四拾貳年度元帳』(青森県立図書館蔵, 複写資料) より作成。

**Business Marketing of the Agricultural Co-operatives Association
in Aomori Prefecture in the 1900s and 1920s:
Building Cooperative Relationships among the Association, Associate partners, and Wholesalers**

Izumi Shirai†

This article analyzed the business marketing of the Agricultural Co-operatives Association established in Takedate Village in the Tsugaru district of Aomori Prefecture in 1907. In the early stages of the Meiji period, this area was considered as backward in terms of commodity production and circulation. However, the Agricultural Co-operatives Association has been highly evaluated for its business marketing across the nation ever since the mid-1910s, and has built a brand name for itself,

We obtained the followings results. (1) By means of production inspection before packaging, the association made an effort toward not only the production of high-quality apples but also their trusted shipment in accordance with the brand name and standards established for itself. All these were extremely advanced efforts in agricultural commodity transactions. (2) However, until the early 1910s, the business sales of the association encountered certain problems. One problem was that the association partners had illegally sold apples to merchants and therefore, could not gather enough apples to sell. Another problem was that the specification wholesalers in the great city did not make all their payments smoothly. While being such status, the association thought much of the trust and the autonomy at the partners and the wholesales. It supported without laying down compulsion and a penalty regulation. (3) The problems mentioned in the above point were solved after the association received special awarding in 1916. The association became flagrant nationwide and succeeded in establishing a brand name image. The partners recognized that apples sold on behalf of the association should be done so at favorable prices. As the association's apples became famous in the markets of consuming regions, wholesalers came to recognize special wholesale contracts with this association as an honor. Consequently, the association grew to be an economic organization that took the initiative in product sales to wholesalers even in important cities such as Tokyo.

JEL Classification: N55, N75, N85

Key Words: Japanese Economic History, Agricultural Co-operatives Association, , Institution, Market

† Graduate School of Economics, Osaka University, 1-7 Machikaneyama-machi, Toyonaka, Osaka, Japan
e-mail: izumi517@zak.att.ne.jp