



# **Discussion Papers In Economics And Business**

博覧会と農作物の産地ブランドの形成  
—近代日本の「青森」「津軽」の林檎に注目して—

白井 泉

Discussion Paper 16-19

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

博覧会と農作物の産地ブランドの形成  
—近代日本の「青森」「津軽」の林檎に注目して—

白井 泉

Discussion Paper 16-19

July 2016

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

# 博覧会と農作物の産地ブランドの形成 — 近代日本の「青森」「津軽」の林檎に注目して—\*

白井 泉†

## 要旨

本稿は、博覧会が、農作物の産地ブランドの形成にいかにかかわったのかを明らかにすることを目的とした。具体的には、明治政府が殖産興業政策の一環として1887年以降開催し、近代日本の博覧会のモデルともなっていた内国勸業博覧会（以下、内国博と略記）に注目し、競争の舞台としての博覧会の性質を整理したうえで、「青森」と「津軽」を例に、これらの地域が博覧会をひとつの足がかりとしながら林檎の有力産地として台頭していく過程を描いた。分析からは以下のことが示された。内国博は、出品者が個々に競う場であったが、主催者や、商人を含む来場者の視点からはそれと同時に、府県が互いに競う空間として映るものであった。そのため、ある府県ないし地域が特定の生産物を博覧会に多数出品し、褒賞を獲得し、その生産物の優れた産地であるとの認識が広まれば、同じ産地の当該商品の販路は拡大し、市場における評判の確立にも繋がる。そしてその利益は、その地域を拠点に経済活動を営む出品者以外の人々も広く享受するようになるであろう。こうしたことから、地域のなかには組織的に博覧会にのぞむところがでてきたと考えられるのであり、また、それを実践することにより林檎の有力産地として駆け上がっていったのが、津軽地方を中心とする青森県であった。林檎は1870年代以後政府が中心となり海外から導入を進めた新種の果物で、当時の日本の人々は、数ある品種のなかから赤くて艶があり甘みの強いものを好んだのであるが、青森県の林檎栽培家はそうした人々の嗜好に適した林檎を作り、博覧会で他府県を上回る褒賞を得るようになっていった。それが実現した理由としては以下が挙げられる。第一に、旧弘前藩士族らが立ち上げた津軽産業会なる民間団体が、「官」を巻き込みながら、人々が切磋琢磨し競争に慣れていく場、ならびに全国的博覧会への予選ともなる品評会を開催していたことである。第二に、同会の核となった有力者らが、研究を通じて蓄積してきた林檎の栽培および輸送の方法に関するノウハウを、同会のメンバーを越えて広く産地の人々と共有する機会を設け、最大規模の博覧会であった内国博に出品する人々をサポートしたことも重要であった。このように、博覧会への参加がひとつの契機となり、「官」と「民」が連携し、個別に蓄積されてきた研究成果が指導者層から産地内に拡散し、人々が協力的かつ競争的に林檎の品質向上に努めるその過程で学習していったことが、林檎が生産と流通を経て消費者の手に渡るまでの要所要所で発揮されるようになっていった。さらに鉄道網の敷設など市場にアクセスする条件も整い、集団で量を携えて大都市への進出をすすめた結果、「青森」と「津軽」は、従来林檎の有力産地であった北海道や岩手県などを凌駕し、大都市の青果物市場においてその名を高めていくことに成功した。これは博覧会の経験なしには達成しえなかったことであろう。

**JEL Classification:** N55, N95, O25, Q13

**キーワード:** ブランド, 博覧会, 市場, 地域経済, 農作物 (林檎)

† 一般財団法人日本経営史研究所・研究員。

〒101-0061 東京都千代田区三崎町2-20-3 水道橋西口会館901, izumi6141@gmail.com

\*本論文の執筆にあたり、青森県の林檎産地の皆様からはヒアリングや視察の機会を、とりわけ2015年12月の青森県りんご品評会の際に公益財団法人青森県りんご協会の奈良正史氏からは数多くの重要な示唆を賜った。社会経済史学会東北部会、農業史学会、東京大学および神戸大学をはじめとする研究会およびセミナーで諸先生方ならびに参加者の皆様からは、貴重なコメントを頂いた。また、本研究を進めるにあたり弘前市立弘前図書館には資料調査の折にご丁寧なご対応を、公益財団法人サントリー文化財団からは「若手研究者のためのチャレンジ研究助成(2014年度)」のご支援を頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。

## はじめに

本稿は、明治期における殖産興業政策の一環として開催された内国勸業博覧会（1877年から1903年のあいだに計5回実施。以下、内国博と略記）や共進会をはじめとする品評の場（以下、総じて博覧会と称す<sup>1)</sup>）が、農作物の産地ブランドの形成にいかにかかわったのかを、とりわけ明治政府が海外から導入した果物である林檎の事例に即して明らかにすることを目的とする。

農作物は工業製品とは異なり、味、見た目、食感などを全て均質化し、収穫のたびに同じ品質を保証することが難しい。そのため、ブランドが成立しないとの考えもある。しかし今日、地域ブランドが注目されていることが示すように、「特定の地域がある商品の有力産地としてほかの産地よりも人々に認知され、その産地の商品が選ばれる」という意味で、産地のブランドは形成し得る。そしてそれを確立することが、生産地域の持続的発展の一助となる可能性は否定できない<sup>2)</sup>。

そのような文脈で考えた場合、農作物の産地ブランドが歴史的にいかに形成されてきたのかを探ることは現代的にも意義あることと言えようが、その際、博覧会は、これから示していくように上記の問いを解くうえで外せない要素である。以上の問題意識に基づき、以下では主要な先行研究に触れつつ冒頭で述べた目的を明らかにするために、本稿が取り組む3つの課題とその含意を述べる。

ある商品を生産・販売する人々がブランドを築いていくうえでは、他の生産者や販売者のものではなく、その人々の商品が流通ないし消費にかかわる主体によって選ばれることが重要である。換言すれば、競争に勝つことが求められるのであるが、その戦いの舞台となるのは、「目利き」が存在し、生産物を一堂に集めて比較して順位を付け、その結果を公表する機能を有する空間である。

その具体的な場としてすぐに想起されるのは、優劣の差が価格の高低というかたちで表れる市場である。しかし、ひとつの市場に特定の商品があらゆる産地から同じタイミングで出荷されてくるとは限らない。また、そもそも取引にかかわる商人や消費者、そして生産者までもが、いかなるものが「いいもの」であるかが見えておらず、評価の軸が定まってないこともあろう。海外の生産物が輸入され、鉄道輸送網などの整備により遠隔取引が近世期以上に可能になった明治期には、そうした新商品が市場に多く登場したはずである。本稿が注目する林檎がまさにそれに該当するが、そうした場合、会期を定めて生産物を一箇所に集め、専門家による吟味や審査を行い、上位者に対して褒賞や賞金を与える博覧会は、市場の限界を補いつつ「目利き」をする空間とし

---

<sup>1</sup> 共進会は、内務省勸農局長であった松方正義がフランスで見た「競争会施設」をモデルに農業博覧会として構想したもので、内国博とともに産業を奨励するために1879年から実施された。内国博に比べて出品できるものが制限され、地方レベルの規模での開催であった（國雄行『博覧会の時代—明治政府の博覧会政策—』岩田書店、2005年、85～87頁）。

<sup>2</sup> 農作物のブランドの理論は、波積真理『一次産品におけるブランド理論の本質—成立条件の理論的検討と実証的考察』白桃書房、2002年に詳しい。今日、地域ブランド（本稿では、産地ブランドと称す）は、「地域の自然的条件を活かした特産物や地域に歴史的な関連のある伝統的工芸品あるいは地域において提供される特色あるサービスなどを、複数の事業者が地域名を冠した共通のブランド」と説明され、それは「他地域の商品・サービスと差別化し、付加価値の向上を図って、地域産業の活性化や地域おこし」の手段となると言われている。日本では、2006年に導入された地域団体商標制度によって地域ブランドが保護されることとなった（経済産業省『地域団体商標2012』特許庁、2013年、5頁）。産地ブランドを論じる本稿が具体的事例として注目する、戦前の「青森」と「津軽」の林檎は、複数の事業者が連帯して意識的にそのブランドを名乗り、それが現代のように法律により守られていたわけではない。しかし「青森」と「津軽」が林檎の有力産地としてほかの地域よりも人々に認知され選ばれていたという意味において、産地ブランドは形成されていたと考えられる。

ての役割を担ったと考えられる。

1877年の第1回内国博以降開催された近代日本における博覧会が、近世期以来の見世物的なものではなく、経済および産業の発展に貢献したことはこれまでも明らかにされてきた<sup>3</sup>。そして、國、清川、および橋野の研究は、その諸機能を丹念に整理してきたが<sup>4</sup>、そのうち以下の三つは、生産物のブランド化と密接に関わったと推察される。

まず挙げられるのは、①博覧会が、審査基準や報告書の類を通じて市場の価格情報のみからは生産者が把握することのできない、商品生産の指針や品質上の改善点を示したことである<sup>5</sup>。すなわち博覧会は、いかなる商品を作れば博覧会に限らず市場でそれが「いいもの」として評価されるのか、付加価値の獲得に繋がる伸び代がどこにあるのかを広く伝達した。また、②博覧会が、生産物や産地名を宣伝し、販路を拡大する機会を出品者に与え、さらに③褒賞制度によりとくに優れたものに対して専門家である審査官のお墨付きを与えたことも重要である<sup>6</sup>。

では、そうした、ブランドの形成ともかかわる博覧会という空間は、「誰」と「誰」が競う場であったのか。博覧会とブランド化との関係を明示的に取り上げた先行研究として橋野は、それが産地という集団間の競争の舞台であったことを念頭に議論を展開しているが、従来博覧会は、「出品者間」<sup>7</sup>、もしくは「府県間」の競争の場であったとのふたつの見解が示されてきた<sup>8</sup>。農作物のブランド形成に関心を持つ本稿において、博覧会が「誰」と「誰」が競う舞台として設計され、また、人々の目から見てそれがどのように映っていたのかを整理しておくことは、そののちに展開する分析の前提となる。そこで第一の課題は、博覧会の会場の設営のあり方に関心を寄せてきた他分野の研究成果も参考にしつつ、本稿が注目する果物、とくに林檎を事例に採り上げ、博覧会の主催者、および商人を含む来場者の視点も考慮しながら、競争の場としての博覧会の性質を明らかにしていく。

続いて目を向けるのは、博覧会の評価と、それに対する信頼がいかに保証されたのかである。先に、生産物のブランド化にかかわる博覧会の機能として①～③を挙げたが、そのうち②と③は、博覧会に出品することにより初めて得られるメリットであった。そのように考えると、あえて費用をかけてまで博覧会に出品する人々の目的は、とくに②と③の利益を得るためでもあったと言えよう。そしてそれらの機能への期待は、地方で開催され、上位者に賞金が支払われることもあった共進会よりも<sup>9</sup>、東京、京都、大阪といった大都市で開催され、金銭的な褒賞が与えられな

<sup>3</sup> 清川雪彦「技術情報の普及伝播と市場の形成」『日本の経済発展と技術普及』東洋経済新報社、1995年、241～280頁、橋野知子『経済発展と産地・市場・制度—明治期絹織物業の進化とダイナミズム』ミルネヴァ書房、2007年、113～129、205頁。

<sup>4</sup> 具体的には、出品物に対して審査と評価を行い、それを通じて「出品者間の競争」を促し、品質の全体的向上や生産方法の改善を実現する評価機能、出品物や参考品の展示を通じて、製品・生産物に体化されている技術情報を入場者や出品者相互間に拡散しかつ共有化することで、市場の形成・拡大を進める公示機能（清川「技術情報」、247頁）、さらに内国博が、在来産業の把握、度量衡や呼称の統一を促進したとする調査機能（國雄行「内国勸業博覧会の歴史的意義」明治維新史学会編『講座明治維新 第8巻 明治維新の経済過程』2013年、177頁）があったと指摘されている。農業面では、1881年の第2回の内国博をきっかけに全国の老農が結集し農談会が組織されそれがのちに系統農会へと歩みを進めた点が重要である。

<sup>5</sup> 清川「技術情報」、247頁、橋野『経済発展と産地』、113頁。

<sup>6</sup> 國『博覧会の時代』、53～54、71頁、橋野『経済発展と産地』、205頁。

<sup>7</sup> 清川「技術情報」、247頁。

<sup>8</sup> 國「内国勸業博覧会」、177頁。

<sup>9</sup> 共進会における1～2等賞は、それぞれの出品圏内で十分な出品を促すのに足るだけの金額であったと言う（清川「技術情報」、246頁）。例えば馬産農家には、共進会で授与された「奨励金賞金」を重要な経営資金にしていたものもいた（大瀧真俊「共進会制度から見た馬匹改良政策の

ったにもかかわらず多数の出品者を集めるようになっていった内国博に対して強く寄せられたのではなかろうか<sup>10</sup>。

しかし、博覧会が③のような「箔を付ける」力を持つには、博覧会の審査に対する人々の信頼がなければならない。その点に関して國は、内国博の場合、「官吏教授」による審査に対する不満が上がり、第3回からは民間からも「目利き」の審査官が出るようになったこと、同時期には、博覧会で上位の褒賞を得ることが市場での評判に繋がることを認識していた出品者が、躍起になって審査結果に不服を申し立て、審査官を相手に訴訟を起こすケースが相次いだことを述べている<sup>11</sup>。

これらのことが示唆しているのは、厳正公平な審査を求める出品者の不満が必ずしも解消されない問題点を含みながらも、内国博の褒賞は市場において価値を持つようになっていったことである。では、海外から輸入された林檎のような新商品で、色、形、味などが異なる100以上の多数の品種が混在し、「いいもの」とする価値基準が定まっていなかった生産物の審査はいかなる基準と人材によって行われ、評価への信頼はどのように確保されたのか。さらにこうした生産物の場合、博覧会の審査はいかなる意味を持ったのか。本稿の二つ目の課題として、上記の諸点を明らかにしていく。

そしてそこでは博覧会の開催を一つのきっかけとして日本人が林檎を知るようになり、「日本人好み」の林檎が選抜されていく過程が示されるのであるが、では、博覧会という舞台において好評を獲得した林檎の栽培地域はどこであり、さらにその結果をその後の産地のブランド形成に結びつけられたか否かはどのようにして決まったのか。最後にこの点を検討する。そこではとくに、林檎の産地として当初名を挙げていた北海道や岩手県を凌ぎ、有力産地として駆け上がっていった青森県に焦点を当て、博覧会に向けた地域内部の「官」と「民」の取り組みを観察する。

本稿は以下、これまで述べてきた3つの課題を順次解明していく。対象時期は第1回内国博が開催された1877年から、最後の内国博が1903年に開かれたこと、また、全国で蔓延した林檎の虫害に対して袋かけを普及させることにより青森県が林檎の生産高で第一位の座に就いたのが1906年であることを考慮して、1900年代前半までとする。

## 1. 各主体から見た博覧会という舞台

### (1) 産業発展の根本となる「他人二負ケヌ様」という意識

日本初の博覧会は1871年の京都博覧会であり、翌年には東京の湯島でも博覧会が開催されたが、いずれも江戸時代の見世物的な性格が強かったとされ、産業奨励を目的とする博覧会の端緒は内国博であった。ウィーン万国博への参加、そして岩倉遣欧使節団の視察によりその有用性を認識した政府は、欧米の博覧会を模倣し、その実施に漕ぎつけたのである<sup>12</sup>。

博覧会が殖産興業を意図したものであったのは周知の事実であり、その機能は先述のように種々挙げられ整理されてきた。では、その根本的政策目標がなにであったのかを探ると、先行研究でも博覧会の役割のひとつとして挙げられている、勸業を達成するための競争の促進であったことが浮かび上がってくる。

---

変遷」『軍馬と農民』京都大学出版会、2013年、207～226頁）。

<sup>10</sup> 明治期以降衰退に瀕した京都の菓子屋が内国博を好機として「京菓子」を誕生させていったことを明らかにした興味深い研究もある（橋爪伸子「明治期における京都の菓子と内国勸業博覧会」『民俗と風俗』第19号（2009年3月）、1～19頁）。

<sup>11</sup> 國『博覧会の時代』、117～120頁。

<sup>12</sup> 國「内国勸業博覧会」、167～168頁。

第1回内国博の『内国勸業博覧会諸規則』「出品者心得」の冒頭の一文からは〔史料1〕、「業」の「繁昌」が目的であること、そのために産物を一堂に集めて比較できる場を設け、生産者の「他人ニ負ケヌ」という意識を刺激しようとしたことが分かる。

〔史料1〕<sup>13</sup>

此博覧会ハ後日諸業ノ益々繁昌センコトヲ謀ルタタ〔メカ。以下、〔〕内は引用者。〕御国内ニ産スル種々ノ品物ヲ一場ニ集テ其美悪ヲ見分ケ産物ノ位ヲ定ル者ナレバ農工共其術業日頃ノ鍛錬ヲ示シ他人ニ負ヌ様精々骨折テ誉ヲ顕スベシ

加えて同第6条には、「各府県ノ工人商人集会シテ篤ト品物ヲ実見シ各地ノ有様ヲ考へ、他人ノ出品ニツキテ自家ノ発明ヲ補ヒ又ハ交易ノ手掛リヲ得等利益少ナクナカラザレハ成ルベク本人出京スベシ」とある。同博覧会の主催者は、競争心を煽り、出品物を見比べて改良点を探り取引を拡大するためにも一堂に集めた品物を実見することを奨励していたのが窺える。

さて、先述のように内国博は、「出品者間」の競争の場であると言われる一方、「府県間」のそれであったとも指摘されている。では、人々はどのような単位で博覧会の舞台上で競っていたのか。主催者の意図、「観客」である来場者と、従来の博覧会に関する研究で明示的に強調されてはこなかったものの、そのなかに多く含まれていたのであろう商人からの視線を念頭に置きながら<sup>14</sup>、「誰」と「誰」が競う場であったのかを以下では探る。その際手順としては、果物、とくに林檎を例に挙げながら、会場設営、出品方法、審査結果および褒賞者の公表方法をそれぞれ観察し、そののちにそれらで示されたことを総括する。

## (2) 競争の単位

### ①会場設営からの観察

内国博の会場の設営において注目されるのは、その方法が回を重ねる毎に競争を促進するように工夫されていったことである(表1)。先行研究も触れているが、それを象徴するのが、1877年の第1回内国博では美術館、機械館以外の出品物が省・使・局と県藩の別に並べられていたのに対し、第2回以降では基本的に類別に、そのなかを省や地方ごとに陳列するようになったことである<sup>15</sup>。

ただしこの点に関してはやや留意が必要である。林檎の場合、表1から分かるように、「果実」や「果樹」の類のひとつとして配置された。つまり、林檎の置き場所が作られ、その一か所に府県別に出品された林檎が比較できるように並べられたわけではない。そのため、来場者や商人は、どの府県がその類に属する生産物のうちいかなるものに重きを置いているのか、それが賞を得られるほどのものであるのかを知ることができる設営であった。

また、1903年の第5回内国博では、陳列台の施工を主催者が一括して行わない方法が採用され、

<sup>13</sup> 鶴田真容『東京府下上野公園内 明治十年内国勸業博覧会諸規則 但シ出品願書式』1876年より「出品者心得」。以下、史料を引用する際、原則として漢数字をアラビア数字に改め、適宜句読点を付した。

<sup>14</sup> 管見の限りこれまで博覧会の研究で来場者の中に商人が含まれていることを示唆した研究者は、内国博の事務局が海外の官吏と「商人」に招待状を送った事実について言及した国のみである(國『博覧会の時代』, 111頁)。

<sup>15</sup> 第2回の内国博では、1867年のパリ万国博と同じように通路を縦横に通し、横は府県別、縦は部類別に配列し、府県毎に物産を一覧する場合は縦に、府県毎の物産を比較するときには横に歩けばいいように工夫がなされる(吉見俊哉『博覧会の政治学—まなざしの近代』中央公論社, 1992年, 45頁)。

当初は「体裁不整頓ヲ来サムコト」が憂慮されたものの、結果として、「競ヒテ陳列裝飾ノ美ヲ以テ観覧人ノ注目ヲ引クコトヲカメ、地方毎ニ各其特色ノ意匠ヲ凝」らすことになった。そしてそれは、出品人がそうすることに「利益ヲ覺リタルカ為ニ外ナラサル」と述べられた<sup>16</sup>。

開催年, 略名称および開催地	陳列の区分の仕方	史料
1877年 第1回 内国博 東京	使府県藩別 ※第5区農業 第2類果実産物	「明治十年内国勸業博覧会規則」の第2條に出品の陳列の方法は、「区画分類ニ拘ハラス使府県藩ヲ以テ部分シ場所ヲ配与」とある。
1881年 第2回 内国博 東京	類のなかを府県別 ※第5区農業 第2類果樹産物	「第二回明治十四年内国勸業博覧会規則」の第7條には、「出品陳列方ハ別冊区分目録ノ分類ニ拠リ毎類其割与スル場所ニ陳列スベシ」とある。また、「第二回明治十四年内国勸業博覧会地方官心得」の第1條には、第1回目から改めて「品物ノ種類ニ因リ之ヲ分チテ一區ニ陳列シ觀者ヲシテ一目ノ下ニ精粗巧拙ヲ比較セシメ、且出品者各自ノ競争ヲ促スベキ趣旨ナルニヨリ凡該会ニ関スル者ハ宜シク其意ヲ得テ」とある。
1890年 第3回 内国博 東京	類のなかを府県別 ※第3部農業 第1類穀菜及各種ノ食物 其2果実	「第三回内国勸業博覧会地方官心得」では、第2條で出品は種類により、まず「部」を分け、部中に「類」を置き、その中で府県順に陳列するとある。
1895年 第4回 内国博 京都	部のなかを府県別 ※第3部農業, 森林及ヒ 園芸 第3類蔬菜及ヒ果実, 貯 蔵食品, 園芸	「第四回内国勸業博覧会規則」では、第7條で、出品は計6部の各館ごとに美術館と動物館を除き「毎館府県別ヲ以テ陳列ス」とある。
1897年 第2回 共進会 岩手県	類のなかを府県別 ※第1区農業 第5類苹果〔林檎〕, 梨子	岩手県『宮城・福島・岩手・青森・山形・秋田六県聯合物産共進会報告』には、「出品排列ノ順序ハ聯合各県抽選ヲ以テ之ヲ定メ其方法ハ彼我対照ノ便ヲ得セシメンカ為ニ一類毎ニ其順序ニ依リ排列スル」とある。
1899年 第3回 共進会 青森県	類のなかを府県別 ※第1区農業 第5類果実 (苹果, 梨子)	青森県『奥羽六県聯合物産共進会報告 第3回』には、「出品排列ノ順序ハ聯合各県抽選ヲ以テ之ヲ定メ其方法ハ彼我対照優劣ヲ通覽スヘキ便ヲ計リ一品類別ニ配置スル」とある。
1901年 第4回 共進会 山形県	類のなかを府県別 ※第1区農業 第6類果実 (苹果, 梨子)	山形県『奥羽六県聯合物産共進会報告 第4回』には、「出品物排列ノ方法ハ彼我対照優劣ヲ通覽スルノ便ヲ図リ各類別ニスルコトトシ、其順序ハ聯合各県抽選ヲ以テ之ヲ定メ順次排列セリ」とある。
1903年 第5回 内国博 大阪	部または類のなかを府県別 ※第1部農業及園芸 第7類園芸	「第五回内国勸業博覧会規則」では、第4條で、出品は8館ごとに水族館を除き「各館ノ出品ハ個別又ハ類別ノ下ニ府県別ヲ用キテ陳列ス」、第5條では「府県ノ順序ハ事務局ノ定ムル所ニ依ル但シ成ルヘク天然ノ地理ヲ斟酌シテ之ヲ定ムベシ」とある。
1916年 共進会 山形県	不明 ※第1部農業 第6類林檎, 梨子, 柿, 榲桲〔まるめろ〕, 葡萄	農商務省商工局編『大正五年山形県主催奥羽聯合共進会審査復命書』には、「陳列棚ハ主催県ノ提供ニ係リ同形同寸ノモノナリ、其ノ着色モ全部水色塗ニシテ中棚三段ノモノナリ、而シテ聯合各県ヲ区別スル旗及掛額モ同形同寸ノモノニシテ単ニ色別ヲ行ヘリ」とある。

表1 内国博および奥羽地方の共進会での会場設営（※は林檎の分類）

出典) 鶴田真容『明治十年内国勸業博覧会諸規則』1876年、弾舜平『内外博覧会出品心得』日新書齋、1880年、10、43頁、勇村亥三郎編『第三回内国勸業博覧会要則』三史堂、1889年、52頁、中西嘉助『第四回内国勸業博覧会ニ関スル諸規則』1894年、8頁、青森県『奥羽六県聯合物産共進会報告 第3回』1890年、80頁、岩手県『宮城・福島・岩手・青森・山形・秋田六県聯合物産共進会報告』1898年、49頁、矢野松吉編『第五回内国勸業博覧会規則書・出品部類目録・出品心得書』1901年、1頁、山形県『奥羽六県聯合物産共進会報告 第4回』1902年、51頁、農商務省商工局編『大正五年山形県主催奥羽聯合共進会審査復命書』1917年、11～12頁。

<sup>16</sup> 農商務省『第五回内国勸業博覧会事務報告上巻』1904年、254～255頁（芳井敬郎「第5回内国勸業博覧会における「陳列」の諸問題—博覧会事務局に対する奈良県の動向を中心として」『國學院大學博物館学紀要』1981年、8頁による指摘である）。

ここからは、地方や出品人が「利益」を求めて展示の仕方にも力を入れた様子が窺える。それは他ならぬ、明治になり新たに誕生した名称も含む府県の名と、その地域の有力商品を売り込むためであったと考えられよう<sup>17</sup>。

## ②出品方法からの観察—2種の提出書類<sup>18</sup>

内国博の場合、出品の意思は書類の提出をもって示されたが、第1回の「願書式」は、物名、概数、およその尺度と原価、産地、および農工人名を、開催地である東京府知事宛に記すものとなっていた<sup>19</sup>。同時に「出品解説」を提出することが定められていた。

その形式はその後引き継がれたようであり、第3、4回の内国博の書類の書式が残されているのでここで観察してみる。まず、乙号の「出品願」は、現住所（「庁府県何国何郡市何町村何番地」）、族籍職業名、出願人氏名（印）と、第何部第何類に何を出品するのか、個数、図題、質、陳列容積、価格、売価もしくは非売かを記すようになっていた。一方で丙号は「解説書式」であり、番号、物の名、方言での呼び名、出品人の氏名に加え、本稿が注目する農産物の場合は、以下の内容を記載するようになっていた（〔史料2〕）。

### 〔史料2〕<sup>20</sup>

#### 産地土質及段別

庁府県下何国何郡何町村字何地何山ニテ其土地ノ肥瘦、乾湿竝土質等又其栽培段別ヲシルスベシ

#### 種植並採収

播種、移植、收穫、掘採、接挿ノ方法、順序、期〔季カ〕節等ヲ記スヘシ

#### 培養並保護

肥料ノ種類、施肥、除草ノ期節及度数其他養護ノ方法等ヲ記スヘシ

#### 効用

出品ノ主用及応用ヲ記シヘシ

#### 産出高総計

明治二十七年一月ヨリ十二月ニ至ル間其製造場ニ於テ産出シタル出品物並ニ同種類物品ノ数量及価額ヲ記シ若シ新設工場ニシテ一ヶ年未滿ナルトキハ創業以来ノ産出額ヲシルスベシ

#### 褒賞

何年何月何博覧会共進会へ出品シ何々ノ事由ヲ以テ何々賞ヲ受ク云々ト記スヘシ

#### 審査請求ノ主眼

特ニ審査ヲ要スル主眼ハ従来ノ方法ニ改良ヲ加ヘ便利ヲ生シ又考案ヲ尽クシ發明ヲナシ好

<sup>17</sup> 内国博の出品者は、自身の商品を宣伝するために陳列棚の装飾や値札にこだわり、「ショーマンシップ」を発揮したことが指摘されている（小林延人「内国勸業博覧会における出品者の意図」荒武賢一朗編『世界とつなぐ起点としての日本列島史』清文堂、181～182、206頁）。

<sup>18</sup> 岩井源吾編『第四回内国勸業博覧会官民必携出品者必携：附・内国勸業博覧会規則全書』大東出版社、16～19、21～22頁。

<sup>19</sup> 鶴田『明治十年内国勸業博覧会諸規則』。

<sup>20</sup> 第4回の農産林産及園芸物解説書式（効用以下は、共通する他の物より引用）（岩井『第四回内国勸業博覧会官民必携出品者必携』、21～22頁）。なお、これらの項目を一見すれば明らかであるが、博覧会は、従来言われてきたように出品者や観客が新技術や製造方法などの情報を得る場であったのに加え、審査官が各地の産業に関して詳細な情報を入手し、知見を深める機会にもなっていたことが窺える。

## 結果ヲ得タル等其順序ヲ明ニシ其他販売額ヲ増加シ及外国ニ輸出ヲ謀ル等ヲ記スヘシ

上記の書類から分かるように、出品は個人で行える形式となっていた。しかし主催者側は、第2回内国博以降、出品人や、彼らを勧誘し出品物を管理する地方官に向けて集団での出品を促すようになっていく。「第二回明治十四年内国勸業博覧会地方官心得」の第4条には、「一村若クハ一地方ノ所産ニテ同種ノ物品ハ其村地ノ名ヲ以テ出品セシムルモ妨ナシ」<sup>21</sup>、「第四回内国勸業博覧会出品人心得」の第3条には、「地方同種ノ産物ニシテ特殊ノ差異ナキモノハ成ルヘク共同シテ其地方若クハ総代人ヲ以テ出品スヘシ」とある<sup>22</sup>。

また、第4回内国博の第3部農業に関する審査報告では、「競争ノ区域」「団体ノ組織」「品質ノ均一」として、外国を含む地域との競争を念頭に、繭、茶、輸出米などを例にその品質を統一的に整えることの必要性を述べ、その際、「団体組織」の発達が期待されるとの指摘がなされた<sup>23</sup>。

ここから、主催者が集団での参加を望んだのは、出品数の増加や、「産地」というものを意識し始めたことも一因として考えられるものの、それ以上に、海外貿易を視野に入れた際、「品質ノ均一」が商品に求められるなかで、市場での競争を踏まえて内国博においても、集団で行動することを推奨したためであったとも言える。ただしのちに見るように林檎の場合、出品の名義は個人になっているものが大半であり、出品者はあくまで個々人で内国博に挑む傾向が強かった。

### ③審査結果と褒賞者の公表の仕方からの観察

では、審査結果はいかに公表されたのか。第1回内国博では基本的に部類ごとに審査報告書が出され、各府県、ときには主に褒賞を得た個人名を出しつつ、場合によっては果物であれば林檎や葡萄などの品目別に講評が述べられた<sup>24</sup>。そしてこのスタイルはその後も採用され続けた<sup>25</sup>。

褒賞者については、官庁ないし府県別、もしくは部、類ごとに出品物と出品者の一覧がまとめられることが多く<sup>26</sup>、また、第3回内国博以降は褒賞の対象が民間のみに絞られるようになった。さらに褒賞者にはそれぞれ50文字程度の寸評が付けられることもあった。

### (3)「個」か「集団」か

以上、本節の内容を総括すると、明治期以降開催された博覧会の萌芽かつその後のモデルともなった内国博は、先行研究が指摘してきたように、出品者間と同時に府県や産地という集団間の競争の舞台であった。それをより厳密に整理して述べれば、次のようになる。すなわち、集団での出品が奨励されるようになってのちも参加は「個」でなされる場合が多かった。そのため、出品者からすると博覧会は、褒賞を得て箔を付け、販路拡張に繋げるなど「個」の利益を求めて戦う場としてとらえられていた面が強かったと考えられる。他方主催者は、出品者を近代になり新

<sup>21</sup> 弾舜平『内外博覧会出品心得』、日新書齋、1880年、44～45頁。

<sup>22</sup> 岩井『第四回内国勸業博覧会官民必携出品者必携』、42頁。

<sup>23</sup> 第四回内国勸業博覧会事務局『第四回(明治廿八年)内国勸業博覧会審査報告 第三部上巻』1896年、41～42、45～46頁。

<sup>24</sup> 内務省勸商局『[明治十年]内国勸業博覧会委員報告書』1889年。

<sup>25</sup> なお、こうした形式は共進会も同様であった。

<sup>26</sup> 内国勸業博覧会事務局『明治十年内国勸業博覧会審査評語』(全2巻)1887年、條野伝平『内国勸業博覧会賞牌褒状授与人名録』1887年、内国勸業博覧会事務局『明治十年内国勸業博覧会賞牌褒状授与人名録』内国勸業博覧会事務局、1879年。ただし第2回の際には、賞ごとに全ての部の受賞者をまとめて記す方式が採られている(内国勸業博覧会事務局『第二回内国勸業博覧会褒賞授与人名表 上下』1881年(明治文献資料刊行会『明治前期産業発達史資料 勸業博覧会資料 175』1975年に収録))。

たに誕生した「府県」というまとまりの構成員の一人としても把握しており、会場の設営や審査報告書のまとめ方からして、審査官は「個」間のみならず、集団間、とくに「府県」間の競争の舞台としても博覧会を見ていた。集団での出品を促したことは、そうした後者の側面を重視していたとも読み取れる。

また、博覧会は、出品物を並べた空間に商人を含む来場者を招き入れたのであるが、一般人の来場者はその空間を「府県の物産紹介」の場、「有力産地を知る」場として物見遊山的に訪ねた可能性が高く、出品物の潜在的需要者となっていたと考えられる。そして商人は、審査の結果を踏まえつつ、「いいもの」を物色し、商談を展開する取引の場として博覧会を利用していったと思われる。

そのことを想起させるのが、先に取り上げた、出品時に提出する「出品願」に売価を明記することになっていた事実や、第5回内国博の会場を訪れた広島県福山町の織物問屋の松岡が、出品されていた硫化染料の色目の素晴らしさを見出し、その場で取引をしたわけではないが大阪の山田絵具店でそれを入手して備後に持ち帰ったというエピソードである<sup>27</sup>。

そして出品は「個」で行なったとしても、主催者、商人を含む来場者からは「府県」という「集団」間の競争の場としても扱えられる空間であったからこそ、所属する地域が有力産地として認知されれば、市場での取引量の増大を通じてその利益は「個」にも返ってくる。それゆえ地域のなかには、力量のある「個」が協力し、「府県」や「産地」の看板を背負いながら、官民を上げて組織的に博覧会にのぞみ、そこで多くの褒賞を得ることにより、地域名を、有力産地を示すそれに育てていこうと動く傾向が表れたと考えられる。その具体例は第3節で見ることにし、次節では、博覧会において果物の審査がいかになされたのかを林檎に注目して明らかにしていこう。

## 2. 審査基準と審査官—果物、とくに林檎の場合

### (1) 博覧会における果物の審査

#### ① 審査基準

内国博の審査報告書では、果物全般に関する講評がなされているが、その内容からは、日本では近代以降、果物の生産と流通が本格化したことが窺える。

例えば、第3回内国博の報告書において果実部門全般についての総評の冒頭には次のようである。近世までは「紀伊ノ蜜柑、甲斐ノ葡萄、美濃ノ蜂屋柿及梨、安房ノ枇杷」の他に地方の産物として名の通った果実はなく、「果樹ノ栽培ハ殆ト之ヲ農業ノ外ニ置キタルモノノ如」くであった。それが1890年代になると「内外交通」が開け、「貯蔵法モ頗ル進歩」した結果、ようやく「賞用」されるようになった果物が洋式の饗宴の際には必ず食卓に上がるなど「一種欠クヘカラサルノ食品」となり、盛夏でさえも鮮度が高くもぎたてのような果実が容易に求められるようになった。なかでも「西南ノ蜜柑、東北ノ苹果〔林檎のこと〕ハ、各一方ニ峙立シ互ニ雄ヲ争フノ状アリ」、「将来ニ望ミ多シ」と。日本に輸入されてから10年少々経った時期ながら、林檎は蜜柑と並び特別に取り上げられ期待が寄せられている<sup>28</sup>。そしてここからは、在来か舶来かに関係なく、果物が市場に流通し消費されるようになっていった時期が明治中期以降であったことが読み取れる。

では、そうした新たな商品群であった果物の品質は、博覧会においていかなる審査基準、ならびに審査官によって測られたのか。また評価に対する信頼はどのように保証されたのか。まず、

<sup>27</sup> 山崎広明・阿部武司『織物からアパレルへ—備後織物業と佐々木商店—』大阪大学出版会、2012年、25頁。

<sup>28</sup> 第三回内国勸業博覧会事務局『第三回内国勸業博覧会審査報告：第三部』1891年、111～112頁。

審査基準から見ていくことにする。

現代において果物の品質の基準は、①味、②香り、③食感、④見た目（色、形）、⑤安全性の以上5つに大別されようが、本稿が対象とする時期においては、とくに①～④に対して人々の関心が寄せられていたものと考えられる。

博覧会の審査例規は、きわめて早い段階から全国的に統一されていたとされるが<sup>29</sup>、管見の限り博覧会の関係資料で果物を審査する際の項目が判明するのは、1897年の東北六県の聯合共進会、および審査報告書の内容とそこに掲載された表からの類推ではあるが1903年の第5回内国博である。そこでこの2つの資料から、①～④のそれぞれについて、果物の場合、具体的にはどのような項目が設けられていたのかを観察する。

まず、共進会の「果実審査附点用紙」の様式に注目すると<sup>30</sup>、それには、品質、色沢、貯蔵、香味、形状、および需用が、最低限評価すべき項目として定められており、さらに3つの項目が加えられるだけの余白が加わり、審査はそれらの合計点を出して行なわれるようになっていた。なお、各項目の下にはコメント欄が設けられている。また、ここでいう「品質」が具体的に何を示しているのかは定かでないが、この項目を含めることで審査官に裁量の余地を残していたとも解釈できる。

一方、第5回内国博では、平均周囲、平均高さ、平均重量、ブドウ糖、酸（蜜柑の場合はクエン酸、林檎では林檎酸）、酸糖比率といずれも数量比較が可能な項目が審査基準として挙げられている。ただしそのみならず、香味や、共進会の部分で示した「需用」も考慮されているのであろうが、生産量を確保でき一産業として成立するか否かも審査官が注目していたことが審査報告書からは窺える<sup>31</sup>。さらに〔史料2〕で挙げた出願書類の「審査請求ノ主眼」の部分は、生産上の「改良点」や「好結果」を得た方法、「販売額」が増加したのか否か、「外国ニ輸出」を図るかなども記すようになっていた。

これらからは、果物の場合、その品質を測る前掲の①～⑤の基準のうち、東北六県の聯合共進会、および第5回内国博というふたつの博覧会のいずれにおいても項目として含まれていた、①味、および④見た目が、とりわけ重要な審査基準であったこと、また、第5回内国博までに審査は科学的な成分分析と数量化したデータの比較により客観性を確保するようになっていたことが見えてくる。ただし審査は、産業としての可能性や生産方法などにも目が向けられており、その点が市場における「目利き」とは大きく異なっていたと言える。

## ②審査官

本稿の冒頭で國の研究に基づき述べたように、内国博において審査官に対する信頼は揺らぐ一面があった。しかし上記のように審査が全て数量化できなかったことを考えると、見識ある人物が審査官の役を担うのが重要であったのは言うまでもなからう。そこで、果物の審査をいかなる人物が行っていたのか、その特徴を観察すれば、諏訪鹿三、福羽逸人、ならびに玉利喜造などがそうであるように、海外に渡航し、そこで博覧会や現地の様子を見てきた経験を持つ者、および農学士が含まれていたことが見えてくる。では、それにはいかなる意義があったのか。

ここで鍵となるのが、博覧会が行なわれた時期が、林檎を含む果物の種苗の輸入が進められていたタイミングと重なることである。博覧会の審査では、出品物が産業として確立するか否かが注目されていたことは先に指摘したが、それを吟味する必要があったために選ばれたのが、果物

<sup>29</sup> 清川「技術情報」、245頁。

<sup>30</sup> 岩手県『宮城・福島・岩手・青森・山形・秋田六県聯合物産共進会報告』、65頁。

<sup>31</sup> 項目に挙っていないが、同博覧会の4年後に開催された共進会の審査報告書では、「玉揃」、すなわち大きさの均質性が満たされているか否かにも目が向けられていた。

の生産と消費が日本よりも根付いていた海外の動向に詳しい者であったと推察される。実際にそのなかの一人である福羽は、1896年に『果樹栽培全書』なる書物を著し、そのなかで、「来歴」「苹果ノ用途」「苹果樹ノ栽培ニ適スル氣候」「苹果ノ良種ヲ撰択スルコト及種類ノ解説」なる項を設け、フランスを中心に海外の様子を交えながら林檎についてもその豊富な知識を紹介している<sup>32</sup>。

さて、博覧会における果物の審査では味と見た目が重視されたことが分かったが、では、具体的にはどのような林檎が「いいもの」とされたのか。講評が書かれている第3回以降の内国博の審査報告書からそれを探っていくことにする。

## (2) 博覧会において好評を得た林檎

第3回内国博の審査報告書は林檎について、「結実頗美ナリ将来其産出多カラシコトを望ム」と述べており<sup>33</sup>、特定の品種を推すような指摘こそないがその実際立った外観的な美しさが審査官たちを魅了し、同時に産業としての可能性に期待を抱かせたことを指摘している。

一方第4回内国博のときには林檎の品種名を挙げた講評がなされ、具体的には「優等ナル」品種としてのちの二大品種となる国光および紅玉を順に示す、雪ノ下ならびに満紅を含む22品種の名が挙げられた。

では、それらのどのような点が高く評価されたのか。受賞品種によっては「品質形色共ニ良好ニシテ尋常ノ比ニ非ス而シテ其産額少ナカラス」とあり、先述の産額に加えて、とくになにを意味するのかが定かでないが品質、やはり形と色という見た目が重要であったことが窺える。そして、「優等ナル」と、特別に言及された2品種に注目すると、形と色としてどのような林檎が「いいもの」とされたのかが浮かび上がってくる。

### [史料3]<sup>34</sup>

青森県弘前市ノ中川寛藏ノ芹川号内山覺彌ノ浅野号亦共ニ優等ト称スヘシ、芹川ハ偉大ニシテ外皮ノ鮮紅艶麗ヲ極メ殊ニ光沢ニ富ミ其味脆美ニシテ一種ノ芳香ヲ有シ口中渣滓ヲ遺サス就中其外觀ノ美ナル本会中能ク之ト肩ヲ比スヘキ者ナシ、真ニ是絶類超群ノ資タリ、浅野号ハ形状尋常ニシテ淡黄色ヲ帯ヒ之ヲ拭ヘハ蠟色ヲ呈シ香味極メテ佳ナリ、想フニ果籃ニ盛り来リテ之ヲ食卓上ニ置クトキハ外觀ノ美固ヨリ芹川ニ若カスト雖食用ノ適度ヨリ之ヲ評スレハ其形大ニ失セス又小二過キス恰モ是適度ヲ得タリト謂フヘシ、

芹川は北海道開拓使が日本に輸入した品種で、アメリカ、カナダ、フランス、イタリアなどでは主要品種となっていたが日本には定着しなかった<sup>35</sup>。ここでは、外皮の「鮮紅」と「艶」が極めて美しく、ことに「光沢」に富み、食感を指すのであろうが「味」は歯切れ良く「脆美」にして「芳香」を有し、オリやカスを残さないとある。そしてそのあとに、「就中其外觀ノ美」は同博覧会に出品されたもののなかにも並ぶものがないとされる。一方の浅野について、それは「淡黄色」でこれをぬぐうと「蠟色」になるが、籠に盛って食卓に置くときには「外觀ノ美」は芹川には及ばない、ただし、「食用」としては十分大きく、小さ過ぎることもなく形としては適当としている。

ここから判明するのは、林檎が食べ物であるのは言うまでもないが、食卓を飾り彩りを添える

<sup>32</sup> 福羽逸人『果樹栽培全書 第一』博文館、1896年。

<sup>33</sup> 第三回内国勸業博覧会事務局『第三回内国勸業博覧会審査報告摘要』1891年、40頁。

<sup>34</sup> 第四回内国勸業博覧会事務局『審査報告 第三部上巻』、310頁。

<sup>35</sup> 杉山芬・杉山雍「青い森の片隅から」<http://homepage3.nifty.com/malus~pumila/> (2016年6月9日)。

存在としても価値が見出されており<sup>36</sup>、そこでは「鮮紅」で「艶」と「光沢」のあるものがよしとされたことである。以上は審査官の視点であるが、報告書に書かれた来場者の様子からは、内国博で初めて林檎に触れた者も少なくなかったであろう彼らも同じく林檎の「外観ノ美」に魅了された様子が記録されている。

[史料4]<sup>37</sup>

苹果 此果ハ北海道及ヒ青森、岩手、山形等ノ東北地方ヨリ出セルモノ多シ、関西地方ノ人ニシテ美麗偉大ナル各種ノ苹果ヲ目撃シタルハ盖今会ヲ以テ始トス故ニ苹果ノ陳列セル前面ニハ観者常ニ群ヲ成シシロヲ極メテ激賞セリ、或ハ其果实ノ何物タルヲ知ラス或ハ模造品ナルヤヲ疑フニ至レリ、

京都で開催された第4回内国博の審査報告書（[史料4]）には、「模造品」とも見紛う「美麗偉大ナル」林檎を目にした人々が群れをなして激賞したとある。さらに以下の[史料5]は、大阪での第5回内国博の折に主任審査官玉利喜造が述べた内容であるが、そこでも人々が林檎の「美観」に惹かれ、籠いっぱいにつながって置かれている美しい紅玉を前に知らず知らずのうちに足を止めているとの会場の風景が描写されている。

[史料5]<sup>38</sup>

累々タル満籃ノ紅玉ハ観者ヲシテ不知不識足ヲ留メシムルノ美観ヲ呈シタリ、是当業者カ熱心以テ斯業ニ尽瘁シタルノ結果ニ外ナラサルナリ、又之ヲ前回ニ対比スルニ形状色泽等ニ於テ大ニ優ル所アルノミナラス其種類ノ如キ殆ント一定シ徒ニ奇ヲ好ムカ如キコトナキニ至レルハ斯業ノ為メ大ニ悦フヘキ現象ナリト言フヘシ、

加えて同博覧会の史料は、青森県に関する記述部分で、晩熟種としては国光、紅玉、柳玉の「以上三種ノ外ハ評スルノ価値ナカリキ」と述べている<sup>39</sup>。こうした内容は、多数ある品種の中から有力なものを選抜していこうとする栽培家にとって、有益な情報になったと考えられよう。

そして注目されるのは、林檎は明治期に限っても100品種以上が輸入され日本への定着が図られたが、そのなかから実際に栽培が拡大していったのも、赤、黄、緑とあるうち赤い品種であったことである<sup>40</sup>。林檎が赤いことに我々は疑問を持たないかもしれない。しかし明治期に日本に輸入された林檎で、農商務省農務局が1882年にまとめた『舶来果樹目録』において色が紹介されている104種のうち<sup>41</sup>、「深紅」など明らかに赤系であると確認できるものはごくわずかであった。緑および黄系の林檎の中には赤色の筋や斑が強く出ることにより実際には赤色と認識されるもの

<sup>36</sup> 見た目を重視するのは飾り物とする場合に限らない。現代の市場では、食用のものも味が同一であれば外観で価値の差が決まることが多いようであるが（藤原辰史『食べること考えること』株式会社共和国、2014年、18頁）、そうした傾向は戦前から見られたのではないかと推察される。

<sup>37</sup> 第四回内国勸業博覧会事務局『審査報告 第三部上巻』、309頁。

<sup>38</sup> 第五回内国勸業博覧会事務局『第五回内国勸業博覧会審査報告：第一部卷之十二』1904年、34～35頁。

<sup>39</sup> 第五回内国勸業博覧会事務局『審査報告：第一部卷之十二』、36頁。

<sup>40</sup> 多数あるなかから栽培が拡大し「主要品種」となったものがこれまでに12品種挙げられているが（菊池秋雄『果樹園芸学上巻』養賢社、1948年、杉山芬・杉山雍『青森県のりんご一市販の品種とりんごの話題』北の街社、2005年）、それらの大半は赤い品種である。

<sup>41</sup> 農商務省農務局編『舶来果樹目録』1882年。

も含まれたと思われるが、いずれにせよ輸入された林檎の多くは黄系の品種のようである。それにもかかわらず主要品種となったものは、戦前の二大品種となった国光と紅玉を含め大半が赤色であった。

京都帝国大学園芸学教室の初代教授であった菊池秋雄による1948年刊行の『果樹園芸学上巻』によれば、黄果品種は粘性の高い土壤に栽植すると枝や果実の発育がよく、外観の優れた品質の良い林檎を得られる。一方で赤果品種は、礫質ないし砂礫質の土壤が合っており、土質が適していないとたとえ豊作であったとしても着色不良や果皮の光沢が失われるなど品質が低下する<sup>42</sup>。そうであるならば、日本は赤系の品種が適する土壤であったとも推察されるが、菊池は著書の中で、欧米諸国では「需要界に於て、紅果品種と黄果品種とに嗜好の区別を設けぬ」とした上で日本について次のように述べる。

#### [史料6]<sup>43</sup>

我が国にては、明治以来昭和の初頃までは、需要界に於て黄果品種を度外視した傾向に終始した。従て重粘の土壤に、国光、紅玉、旭の如き紅果品種を栽植し、果実の着色を完全にするために、徒らに苦心を重ね、国光の如きは之がために採収期を逸するが如き失敗を繰り返して居たのである。

菊池は1935年にアメリカのボストン市を訪ねており、そうした現地視察も踏まえて述べているのであろうが、日本では明治期から昭和の始め頃まで黄果品種を「度外視」し、消費者は赤果品種を強く嗜好してきたことを指摘しているのである。日本に定着し戦前の二大品種となった国光と紅玉はいずれもアメリカを原産国とする赤系の品種である。菊池の主張に基づけばこれらは乾いた土壤で栽培するのが適しているのであり、多雨多湿ゆえに粘性の高い日本のそれには必ずしも合っていたわけではない。そうであるにもかかわらず日本では、「徒に苦心を重ね」、「果実の着色」、すなわち赤色の着色を完全にしようとした。この時期における「徒」に重ねた「苦勞」とは、虫害を防除するのに加えて林檎の色艶を良くするために1905年頃を境に行なわれるようになった林檎の果実への袋かけと解釈して間違えなからう<sup>44</sup>。品種の選抜は言うまでもなく色のみを基準になされたわけではないが<sup>45</sup>、日本では、これまでも先行研究が触れてきたように<sup>46</sup>、とかく赤い林檎が好まれたことがここから窺える。そして博覧会は、そうした傾向を浸透させるひとつのきっかけになったと考えられるのである。

他方、果物の味は大きく甘味と酸味から構成され、そのバランスが重要なのであるが、博覧会の報告書から想起されるのは、前者の甘味の成分が強いことがとくに重視されていたのではないかということである。例えば、第5回内国博の審査報告書に書かれた「味ハ概シテ甘味ニ乏シ」<sup>47</sup>、1907年の奥羽六県聯合共進会の審査復命書にある「味稍々酸気ヲ帯ブルノ傾キアリト雖モ」

<sup>42</sup> 菊池『果樹園芸学上巻』、46頁。

<sup>43</sup> 菊池『果樹園芸学上巻』、47頁。

<sup>44</sup> 波多江久吉「リンゴ生産の発達—青森県の場合—」日本農業発達史調査会編著『日本農業発達史5』中央公論社、1978年、471頁、白井泉「戦前期青森県における「米と林檎」の農家経営と地域発展」『農業史研究』第50号、2016年、47～60頁。

<sup>45</sup> 例えば、国光や紅玉が選ばれた理由として、収量の多さや経済性、貯蔵性の良さが挙げられている（四宮俊之「りんごの消費や需要に見る歴史文化性の差異について」『弘前大学大学院地域社会研究科年報』（2007年12月）第4号、26頁）。

<sup>46</sup> 四宮「りんごの消費」、26頁。

<sup>47</sup> 第五回内国勸業博覧会事務局『審査報告：第一部卷之十二』、35～40頁。

との記載、さらに色艶などはいいが「味ノ微カニ酸氣ノ勝レルモノ多キヲ認ム」などの内容は<sup>48</sup>、そのことを示している。

このように第3回から第5回の内国博の審査報告書に記された講評を見ていくと、博覧会は、審査官が、出品物そのものと〔史料2〕で示した書類を参考にしながら、果物の品質上とりわけ重視された①見た目、②味の双方に優れ、なおかつ③産業として成立する品種を選抜していく場であったと言える。そして、①と②は人により好みはあるものの、林檎の場合、①は赤色と艶、②は甘味の強いものがよしとされた。こうした嗜好は時代により変化するとは言え、内国博以後の市場における「目利き」の尺度とも重なっていった。1928年刊行の東京市編『日用品の見分け方』には、「林檎と云えば赤いものとふつう考へられてをり」、鶴の卵という淡緑色の林檎は「赤くはありませんから今まで餘り好まれませんでした」、との記述や、紅玉について、「甘味に富み、快よい酸味を交へ」などとの説明がある<sup>49</sup>。

そして、博覧会が果物を対象に付与する褒賞が市場において価値を持つものとなっていったことは、明治期の段階で高級果物店のひとつとしての地位を確立していた東京の千疋屋の事例から窺える。同店は、第3回内国博の頃のリーフレットで消費者に向けて、「各博覧会ニ於テ金銀銅賞牌数十個受領」と褒賞を重ねた博覧会「お墨付き」の果物を扱っていることを謳っていた<sup>50</sup>。このことは、新たな商品群であった果物の場合、博覧会での評価が市場においても十分に通用したことを示唆しているのである。

では、こうした博覧会の審査基準を満たす林檎を産出する地域として認められるようになっていったのはどの産地であり、そこから実際に、市場における有力産地となっていったのはどこであったのか。また、そうした評価を受けた地域の現場では、博覧会にのぞむうえで「官」や「民」がどのような取り組みを展開していたのか。次節ではそのことを検討していく。

### 第3節 お墨付きを得た地域／得られなかった地域—「青森」「津軽」の台頭

#### (1) 第3～5回の内国博への出品数と褒賞数

始めに、府県別の出品点数と褒賞を得た人の推移を第4、5回の内国博について観察する。

各府県の林檎の出品数は、北海道（第4回不明、第5回26点、以下同様）、青森（266, 146）、秋田（20, 107）、岩手（157, 62）、宮城（5, 1）、山形（110, 26）、福島（5, 1）、兵庫（1, 5）、新潟（0, 3）、群馬（2, 0）、滋賀（1, 0）、岐阜（0, 2）、長野（0, 7）、福井（0, 1）、岡山（1, 0）、愛媛（3, 0）であった<sup>51</sup>。

出品数から見ると、東北地方、とりわけ青森県が突出して多く、それに岩手、秋田、山形の各県が続いていた。なお、1899年の第3回奥羽六県聯合共進会において果実は東北地方全県から出品され、審査対象は林檎と梨に限られたが、そこでも出品人数および品数ともに青森県が他を圧倒していた。第3回内国博における同県内からの林檎出品者は10余名であったということから<sup>52</sup>、第3回から第4回にかけての増加は顕著であった。

他方、褒賞獲得者に目を向けると（表2、表3-1～3-3）、1890年に東京の上野で開催された第3回内国博において林檎の最高位の1等有効賞は北海道が受賞しており、総受賞数も同地域が最も

<sup>48</sup> 農商務省総務局『府県聯合共進会審査復命書』1909年、81～82頁。

<sup>49</sup> 東京市編『日用品の見分け方』1928年、東京市商工課、64頁。

<sup>50</sup> 千疋屋総本店『サムライ弁蔵水くわし売り出し百七十五年:千疋屋総本店史』2009年。

<sup>51</sup> 第五回内国勸業博覧会事務局『審査報告：第一部卷之十二』、13～16頁。

<sup>52</sup> 青森県経済部『青森県りんご史資料第7集：佐野父子と「菜果栽培履歴書」品種名称統一になるまで品種名称統一になるまで』1952年、20頁。

多くなっている。また、審査報告書では、北海道に加えて山形県が好評を得た。それが1895年に京都で実施された第4回内国博では、最高位である有効2等賞の最多受賞は青森県で、総受賞数も同県が一番となり、それを岩手と山形の両県が追うかたちとなった。そして1903年の第5回の大阪での内国博では、最高位の1等を青森県と秋田県が獲得し、2等と3等の受賞数は後者が前者を上回ったものの、総受賞数では青森県が一位の座に就いた。

第3回	全国	北海道	青森	岩手	山形
1等有効賞	1	1	0	0	0
2等有効賞	5	2	2	0	1
褒状	9	4	2	3	0
合計	15	7	4	3	1

第4回	全国	北海道	青森	岩手	山形	福島	滋賀
有効2等賞	5	1	3	1	0	0	0
有効3等賞	12	1	4	3	4	0	0
褒状	23	2	7	6	6	1	1
合計	40	4	14	10	10	1	1

第5回	全国	北海道	青森	秋田	岩手	山形	長野
1等	2	0	1	1	0	0	0
2等	15	1	5	6	3	0	0
3等	27	4	9	10	3	1	0
褒状	41	3	14	11	11	1	1
合計	85	8	29	28	17	2	1

表2 第3～5回内国博における林檎の受賞者数

出典) 内国勸業博覧会事務局『第三回内国勸業博覧会褒章授与人名録』1890年、第四回内国勸業博覧会事務局『第四回内国勸業博覧会授与人名録』1895年、小倉政次郎編『第五回内国勸業博覧会受賞人名録』東浪館書房、1903年。

注) 第3回内国博で果物が出品された第3部の褒賞は、上から順に、名誉賞、1から3等、褒状となっており、1から3等は、各賞のなかが進歩、有効および協賛の3つに分けられた。同じく第4回内国博の第3部は、名誉、進歩、有効、協賛の各賞、ならびに褒状となっていた。名誉賞は金および銀牌、以下、協賛までの各賞は、そのなかをさらに1等から3等にランク付けされた。第5回内国博は、高い方から、名誉賞、1～3等、褒状であった。

県	賞	件数	受賞者
北海道	1等有効賞	1	札幌区山鼻村 水原寅藏
	2等有効賞	2	北海道札幌郡上白石村 加藤利雄 北海道亀田郡大野村 中村金兵衛
	褒状	4	北海道札幌郡琴似村 山田貞介 北海道亀田郡七飯村 吉野鐵太郎 北海道亀田郡大野村 西川初藏 北海道有珠郡西紋釧村 斎藤格
	計	7	
	青森県	2等有効賞	2
青森県	褒状	2	青森県弘前市若党町 長尾介一郎 青森県中津軽郡清水村 佐野燕
	計	4	
岩手県	褒状	3	岩手県盛岡市加賀野川原町 三田義正 岩手県盛岡市川原小路 梅田弓司 岩手県南岩手郡宮村 大澤善治
	計	3	
	山形県	2等有効賞	1
	計	1	

表3-1 第3回内国博における林檎の受賞者一覧

出典) 内国勸業博覧会事務局『第三回内国勸業博覧会褒章授与人名録』1890年。

注) 青森県について名前の下に線が引いてある人物は津軽産業会に所属した経験があることが判明している者、太字になっているのは士族であるとされている者、斜体は地主であったとされている者。

県	賞	件数	受賞者
北海道	有効2等賞	1	余市郡黒川村 北海道農会余市支会
	有効3等賞	1	南六条西四丁目 阿部隆明
	褒状	2	札幌郡土白石村 羽部篤行 札幌区南七條西四丁目 若月幸七
	計	4	
青森県	有効2等賞	3	中津軽郡清水村 <b>楠美冬次郎</b> 南津軽郡藤崎村 佐藤勝三郎 南津軽郡山形村 興農株式会社
	有効3等賞	4	弘前市元寺町 黒瀧七郎 中津軽郡清水村 <b>佐藤喜一郎</b> 中津軽郡和徳村 <b>對馬豊</b> 南津軽郡藤崎村 工藤承平
	褒状	7	弘前市北川端町 <b>内山覺彌</b> 弘前市笹森町 中山卯太郎 弘前市若党町 中川寛藏 弘前市徳田町 高木定藏 弘前市富田新町 <b>中田平次郎</b> 弘前市在府町 武田永〔莊力庄力〕七 南津軽郡黒石町 <b>石火矢男吏</b>
	計	14	
岩手県	有効2等賞	1	盛岡市川原小路 盛岡果樹協会
	有効3等賞	3	盛岡市袖子田 佐々木儀助 南巖手郡大田村 佐々木和一郎 西閉伊郡遠野町 柳田豊治
	褒状	6	盛岡市内丸 横澤勇作 盛岡市新穀町 櫻田重助 盛岡市鉾屋町 阿部與助 盛岡市鉾屋町 大澤久之助 南巖手郡本宮村 大澤善次 紫波郡見前村 藤澤清重郎
	計	10	
山形県	有効3等賞	4	山形市六日町 田中藤右衛門 米沢市館山中横町 今村竹五郎 西田川郡鶴岡町 平田安吉 西置玉郡荒砥町 芳賀新七
	褒状	6	山形市香澄町 赤谷いつ 米沢市銅屋町 長谷川金太郎 西田川郡鶴岡町 酒井調良 東置賜郡尾代村 高梨初太郎 東置賜郡鶴岡村 山木駒吉 西村山郡溝延村 清野長三郎
	計	10	
福島県	褒状	1	北会津郡若松町 佐藤傳平
	計	1	
滋賀県	褒状	1	東浅井郡虎姫村 横田兵之助
	計	1	

表 3-2 第4回内国博における林檎の受賞者一覧

出典) 第四回内国勸業博覧会事務局『第四回内国勸業博覧会授賞人名録』1895年。

注) 青森県について名前の下に線が引いてある人物は津軽産業会に所属した経験があることが判明している者、太字になっているのは士族であるとされている者、斜体は地主であったとされている者。なお、青森県の楠美冬次郎は、林檎を含む「果木苗」でも有効3等賞を受賞している。

県	賞	件数	受賞者	県	賞	件数	受賞者			
北海道	2等	1	余市郡山田町 百瀬葉千助	秋田県	1等	1	鹿角郡毛馬内町 横田富藏			
	3等	4	札幌郡札幌村 橘仁		2等	6	鹿角郡花輪町 奈良庄兵衛			
			余市郡山田町 川俣友次郎		鹿角郡花輪町 田村定四郎					
			余市郡山田町 高山多吉		鹿角郡花輪町 村上義和					
			余市郡山田町 三宅権八郎		鹿角郡花輪町 大里良太郎					
褒状	3	余市郡山田町 黒河内辰巳 余市郡山田町 伊藤隆治 余市郡山田町 阿部仁太郎	鹿角郡尾去澤村 内田平三郎 鹿角郡柴平村 兎澤徳藏							
計	8		3等		10	鹿角郡花輪町 佐藤良太郎 鹿角郡花輪町 吉田五郎 鹿角郡花輪町 高瀬慶太郎 鹿角郡花輪町 佐藤式八郎 鹿角郡花輪町 村山栄司 鹿角郡錦木村 田子平太郎 鹿角郡毛馬内町 豊口木曾弥 鹿角郡毛馬内町 高橋右平 鹿角郡曙村 佐藤錢太郎 平賀郡三重村 小松延治				
青森県	1等	1	南津軽郡石川村 野呂佐五兵衛		褒状	11	鹿角郡花輪町 鹿角果樹協会 鹿角郡花輪町 金澤元祐 鹿角郡花輪町 関健太郎 鹿角郡花輪町 柳田伝(?)五郎 鹿角郡栗平村 木村健三 鹿角郡栗平村 倍賞善太郎 鹿角郡栗平村 米田善次郎 鹿角郡醍醐村 藤原利三郎 鹿角郡醍醐村 佐藤兵治 仙北郡花館村 佐々木多右衛門 由利郡上浜村 渡部与市			
	2等	5	中津軽郡清水村 楠美冬次郎		合計		28			
			中津軽郡清水村 外崎嘉七		岩手県		2等	3	盛岡市神子田 佐々木儀助 岩手郡中野村 瀬山陽吉 岩手郡中野村 石川権之丞	
			南津軽郡清水村 齋藤藤助	3等			3	稗貫郡好地村 菊池民次郎 稗貫郡花巻川口町 高橋文太郎 和賀郡黒澤尻町 及川与惣吉		
			南津軽郡山形村 盛伊太郎	褒状			11	盛岡市内丸 横澤勇作 盛岡市肴町 佐々木岩太郎 盛岡市呉服町 佐々木善八 盛岡市新穀町 桜田重助 岩手郡中野村 石川春藏 岩手郡中野村 畑野熊三 岩手郡那御明神村 岩持倉藏 紫波郡古館村 東藤秀助 紫波郡彦部村 溝見与三郎 和賀郡黒澤尻町 阿部才次郎 二戸郡福岡町 村井治兵衛		
			南津軽郡中郷村 野呂元藏					合計	17	
	3等	9	弘前市代官町 菊池楯衛		山形県			3等	1	米沢市銅屋町 小林甚藏
			弘前市茶畑町 小野寺孝五郎		褒状			1	山形市番匠町 松浦長藏	
			弘前市和徳町 宮川富三郎		合計			2		
			中津軽郡清水村 成田勇作	長野県	褒状		1	更級郡八幡村 和田助左衛門		
中津軽郡清水村 小山内和吉			合計		1					
中津軽郡清水村 外崎辰三郎	計	29								

表 3-3 第 5 回内国博における林檎の受賞者一覧

出典) 小倉政次郎編『第五回内国勸業博覧会受賞人名録』東浪館書房, 1903 年。

注) 青森県について名前の下に線が引いてある人物は津軽産業会に所属した経験があることが判明している者、太字になっているのは士族であるとされている者、斜体は地主であったとされている者。

## (2) 市場における名声と「主産地」—産地間の比較

ここで、内国博が開催されていた時期の市場に目を向けると、第4回と第5回の内国博のあいだの1901年の青森県の地方紙『東奥日報』には興味深い記事が掲載されている（[史料7]）。「東京あたり」において「林檎産地」として名高いのは当時産出量では青森県の5～10%にも満たなかった岩手県であり、「青森」や「津軽」はここ数年でようやくその名が定着してきたというのである。

### [史料7]<sup>53</sup>

林檎産地として其の名の高きは岩手県にして東京あたりに於ては青森県は林檎の産地として知りたるは実に近年のことなり、而かも或る種類の人々にして通常の人に於ては今尚ほ津軽林檎といふことは知らずして林檎と名のつくものは皆に岩手産と心得居るもの如し亦遺憾ならずや、実に三四年前までは津軽は其の実ありて名誉は岩手県に博され居りし

「岩手」の名が先に浸透していた理由としては、1891年に東京上野から東北地方を結ぶ日本鉄道東北線が青森よりも1年早く盛岡まで開通していたことや、既存の「盛岡梨」の販売ルートによって早くから京浜地方に林檎を出荷した実績があったことが言われている<sup>54</sup>。そして同新聞記事は、「林檎と岩手産といふこととは密接なる関係を以て世人の口頭に上り居るを以て、津軽林檎若しくは青森産といふよりか先刻御承知の岩手林檎といふことは世人の耳に通る能く、随口〔て力〕廣まり易く信用され易し故に、仲買人等は津軽産の林檎を買ひ収めたる場合にも東京あたりに輸出するには岩手産として送るもの多し」、「気候と地味との恵みある地位を占めなから他をして其の名を為さしめ其の名に依りて自己栽培の結果を他に輸出するの如きは津軽の恥辱にあらずや」とも述べている<sup>55</sup>。

記事のタイトルが、「林檎輸出者の注意」とあること、ならびにその内容から上記の「仲買人」は、青森県の者を指すと考えられる。すなわち、青森県よりも岩手県の名が東京方面の市場において広まっていた背後には、「青森」や「津軽」で生産された林檎を販売するにあたり、それらよりも先に市場で認知され「信用」を獲得していた「岩手」のブランドを利用して利益を得ようとしていた青森県の商人らの存在もあった。

ただし、「岩手」が優勢な状況から「青森」と「津軽」が林檎の産地として台頭してきている様子も上記の新聞記事の内容からは分かる。そこで[史料7]が書かれてから2年後の1903年に開催され、府県別にコメントが寄せられた第5回内国博の審査報告書の各地域の概況部分に目を向けてみよう。

### [史料8]<sup>56</sup>

#### 青森県

本県ハ作付段別頗ル多ク其産額東北ニ冠タリ而シテ当業者能ク販路ノ拡張ニ勉メ随テ近年遠ク各地ニ輸出スルニ至レリ而シテ其ノ栽培法ハ勿論貯蔵法ニ至ル迄研究練磨スル所アルヲ以テ多ク良品ヲ産出スルニ至レリ、サレハ近年暴風雨ノ被害甚ナリシニ拘ラス前回ニ数等勝レル良品ヲ見ルニ至レリ〔中略〕

<sup>53</sup> 「林檎輸出者の注意（上）『東奥日報』1901年11月13日。

<sup>54</sup> 青森県農林部りんご課『明治大正りんご販売史：青森県りんご発達史第5巻』1965年、11～12頁。

<sup>55</sup> 「林檎輸出者の注意（中）『東奥日報』1901年11月14日。

<sup>56</sup> 第五回内国勸業博覧会事務局『審査報告：第一部卷之十二』、35～40頁。

#### 北海道

本道ノ出品ハ概シテ優品ニ乏シカリキ併シ其色沢ノ艶麗ナルコト到底内地産ノ及フ所ニアラス味ハ概シテ甘味ニ乏シ〔中略〕

#### 岩手県

本県ハ一時害虫ノ為メ当業者ノ息阻喪シテ斯業上少ナカラサル頓挫ヲ来セシヤノ聞エアリシカ、近年復タ広ク之カ栽植ヲナスニ至レリ、而シテ年々ニ植栽段別及ヒ産額増加スルニ至リシモ昨秋ノ被害甚シカリシ為メ、出品点数大ニ減少シタルノミナラス、出品物ニ優良ナルモノ頗ル少ナカリキ。原来本県ハ青森県ト相並ヒテ殊業隆盛ノ地ナリシニ今ヤ両者ノ間ニ大ナル軒輊ヲ生スルニ至レリ是当業者ノ熱誠ニ欠クル所アルニ由ルカ、将来大ニ奮励シ以テ苹果産地トシテ恥サルノ域ニ進マンコトヲ望ム、

#### 秋田県

本県ハ出品点数多ク其出品物ハ形状、色沢、香味等能ク整ヒ優品最モ多ク農産館中ノ美観ヲ呈セシモノナリ、併シ其産地ハ殆ト県ノ一隅ナル鹿角郡ニ止マリ他ノ方面ヨリハ出品点数甚タ少ナク殆ト評スル価値ナキモノナリ〔中略〕

#### 山形県

本県ハ米沢地方ヨリ形状、色沢、香味共ニ他ニ秀テタル紅玉ヲ産出スルヲ以テ名アリ、然ルニ近年害虫ノ為メ当業者ノ意氣消沈シ、稍々不振ノ傾キヲ呈セルト、昨秋此県ハ殊ニ暴風雨ノ被害劇〔激力〕甚ナリシトニヨリ出品点数甚タ少ナク其出品物亦観ルニ足ルモノナシ、殆ント苹果産地ト認ムヘカラサルノ状ヲ呈セリ、各種類ノ形状色沢皆不良ニシテ一々評スルノ要ナシ。近来各地到ル處病虫ノ被害アラサルハナシ、而モ当業者ノ熱心ナル是等ヲ除去シテ能ク優品ヲ出スヲ見ル豈本県ノミ能ハサルノ理アランヤ、当業者大ニ奮励シテ以テ旧地位ヲ恢復センコト斯業ノタメ切望ニ堪ヘサルナリ

#### 福島県

本県ハ国光トシテ一点出品セシモ国光ニアラスシテ柳玉及ヒ赤龍ヲ混シテ出品セリ以テ頗ル其幼稚ナルヲ証スヘシ、手入不良色沢亦甚タ宜シカラス大ニ改良ヲ要ス

#### 長野県

本県ノ出品数ハ七点ニシテ〔中略〕皆形状不整、色沢鮮カナラス、貯蔵法宜カラサル為果肉ニ異状ヲ来タシ香味不良ナリ、本県ハ苹果産地トシテ有望ノ地ナリ当業者宜シク奮発スル所アルヘシ

#### 福井県

〔中略〕栽培ヲ努ムルニ於テハ苹果産地ニ加ハルコトヲ得ヘシ大ニ改良ヲ要ス

以下、新潟、岐阜、兵庫、広島、宮城の諸県の順に、出品された林檎に対して酷評が述べられているのであるが、審査報告書では青森県が冒頭で取り上げられ、その産額が「東北ニ冠タリ」とある。同県の出品数の多さも影響したのであろうが、同年の生産高で第1位であった北海道よりもその存在感を示していたことが分かる。

また、とりわけ林檎産業の発達が述べられたのは秋田県で、「其産地ハ殆ト県ノ一隅ナル鹿角郡ニ止マリ、他ノ方面ヨリハ出品点数甚タ少ナク殆ト評スル価値ナキモノナリ」とありながらも、「優品最モ多ク農産館中ノ美観ヲ呈セシモノタリ」、「出品ハ皆能ク整ヒ然モ優品多カリキ当業者ノ熱心大ニ賞スヘシ」とたたえられた。他方、東京において名を馳せていた岩手県が、害虫被害により出品数が少なくその品質も芳しくないと評価されている。

農作物の場合、天候や病虫害の影響により収穫や品質が安定しないことがあるのは致し方ないことであり、一時点の講評のみから有力産地であるか否かを判断することはできない。そこで、やや時期は飛ぶが、その後、林檎の産地として認識されるようになっていった地域がどこであったのかを、二大市場であった東京神田と大阪天満の1920～30年代の市場関係の史料から観察してみる。すると、1922年の出荷元として前者では青森、岩手、山形の3県と「その他」<sup>57</sup>、後者では山形県村山郡、福島県信夫と伊達の両郡、青森県と北海道の一円、朝鮮となっている<sup>58</sup>。さらに1932年の神田市場において林檎の「主産地」とされているのは、青森、長野、福島の3県、北海道、朝鮮であった<sup>59</sup>。

1906年以降生産高で全国第1位となった青森県は勿論のこと、内国博で好評を得た経験のある山形県や北海道、そして岩手県もその名が挙っている。しかし、1905年時点において林檎の生産高が北海道と青森県に次ぐ全国第3位で、鹿角郡花輪町を中心に第5回内国博で褒賞の獲得者を多数輩出した秋田県が登場していない。では、その理由はいかに説明されるのか。

花輪町の青年会が1921年に刊行した『鹿角』には、「鹿角りんご」の販売先として主に東京、大阪、名古屋、枇杷島が挙がっているが、その栽培面積は約300町歩で、「津軽苹果一萬町歩の夫れには遙か及ばない」とある<sup>60</sup>。申し分のない実力を持ちながらも二大都市において秋田県と同県内の産地の名が浸透しなかった理由のひとつとして、産出量において青森県が他を圧倒していたことも無視できないことが窺われる。そして、そのほかに重要と思われるのが市場へのアクセスの問題である。秋田県鹿角郡は内陸部に位置し、四方を山に囲まれ、その中心であった花輪町は賑やかな地域であったと言うが、1899年刊行の郷土地誌には「秋田市ニ遠キガ故ニ、多ク青森岩手ノ二県ト交通ス」とある<sup>61</sup>。それは、県内の市街地すら近くはなく、東京や大阪の市場へ進出しようとするならば、陸路であれば青森や岩手の両県を介する必要があったことを意味する。それでは優れた林檎を生産できたとしても、輸送までを含めると価格面で競うのは厳しかったであろう。また、秋田県平鹿郡増田町も林檎に力を入れた内陸の地域で今日まで続く林檎の産地を形成しているが、東京を含む県外の市場への出荷がなされるようになったのは鉄道などの交通手段が発達した昭和期に入ってからであり、それ以前は県内流通に限られていたとされる<sup>62</sup>。輸送インフラの整備状況が、産地のブランドの浸透度合いに影響を及ぼしたであろうことがここから推察される。そのように考えると、品質がよく生産量が多いことは勿論であるが、青森県が、1890年代前半までに東北線と奥羽線の開通により大都市への進出が容易になったことの意義は、有力産地として発展していくうえで極めて重要であったと考えられる。

では、話を元に戻し、東京や大阪の市場で筆頭産地として認められるようになっていった青森県が、第5回内国博で他の府県よりも勝っていると評価を受けたのはどのような点であったのか。

<sup>57</sup> 東京市商工課『大正十二年三月 青物市場調査資料』1923年、157～158頁。

<sup>58</sup> 大阪市商工課編『大阪市内卸市場調査. 第1輯』。

<sup>59</sup> 東京市中央卸売市場『東京市青果市場年報』1932年、51～68、75頁。

<sup>60</sup> 大里周蔵『鹿角』1921年、20～21頁。

<sup>61</sup> 照井広司編『秋田県郷土地誌』東海林書店、1899年、16頁。

<sup>62</sup> 「藤原利三郎がもたらした「りんご栽培」」

<http://common3.pref.akita.lg.jp/genkimura/village/detail.html?cid=34&vid=1&id=1846> (2016年5月28日)。

再び〔史料 8〕に目を向けると次のことが浮かび上がってくる。

第 5 回内国博では、それが林檎の収穫期からずれた時期に開催されたこと、ならびに出品に際しては生産地から会場までの遠距離輸送を要したため、林檎の品質そのものだけでなく、貯蔵や荷造りの方法までも加味した審査が行われることになった。その中で青森県は、「其ノ栽培法ハ勿論貯蔵法ニ至ル迄研究練磨スル所アルヲ以テ多ク良品ヲ産出スルニ至レリ」と、他県よりも貯蔵や荷造の方法においても勝っているとの好評を得た。すなわち同県では、生産面のみならず、流通面に必要な技術も産地内で研究が進められていた。そしてのちに示すように、その成果の蓄積が、出品者間で共有されていたのである。

加えて、岩手県に関する記述のなかで、「今ヤ両者〔岩手県と青森県〕ノ間ニ大ナル軒輊ヲ生スルニ至レリ是当業者ノ熱誠ニ欠クル所アルニ由ルカ」と、青森県では林檎栽培家の「熱誠」が産業の発展の基礎にあることが指摘されている。

この「熱誠」という言葉に表されたものが、戦前日本の二大農産品となった「米と繭」には恵まれず、重要な産業となり得る農作物を探るなかで、林檎にその可能性を見出し、その導入を試みた人々の多大な努力であることは想像に難くない。そして、博覧会において審査官から林檎に対して今後の発展に期待が寄せられ、なおかつ褒賞を付与されたことは、林檎産業の黎明期に試行錯誤を重ねていた産地の人々の意欲をさらにかき立てたと考えられる。実際、博覧会において多数の褒賞獲得者を輩出した中津軽郡清水村の中心的人物であった楠美冬次郎は、第 3 回内国博ののち、「林檎の樹性が強く寒帯にも植栽でき、味わいも甘美で生食、貯蔵、市鬻、調理にも適するのは顯然として明らかで、内国博に出品して賞を得てこの確信を思い知った」と記している<sup>63</sup>。そして楠美は、のちに触れるように同地で博覧会に参加する人々を牽引していく存在になっていくのである。

さらに第 5 回内国博の時期に『朝日新聞』は、「博覧会農業館（十二）」なる記事で、青森県「の出品中最も注目を要するものは果物で其内にも林檎である、林檎は其出品点数が百以上に達し形状も色沢も共に見事である、此果物は現今我国では北海道と東北地方が主産地で就中同県を最とする」と述べている<sup>64</sup>。同紙は岩手や秋田の両県の林檎についても触れているが、そこで青森県に際立って高い評価が与えられた事実は、同県が博覧会の会場で一番の有力産地として来場者の目に映っていたことを示している。それでは、青森県の産地の「官」と「民」はいかにして博覧会にのぞみ、そこでの好評を得ることになったのか。

### （3）博覧会に向けた産地の官民の取り組み

#### ①青森県の施策

青森県の博覧会関連資料として挙げられるのは、1903 年に第 5 回内国博が開催される前年の 8 月に同県内務部が刊行した『第五回内国勸業博覧会出品注意』である。そこには、県が出品物に対する注意事項を提示しているが、その冒頭では同県の「重要農作物」が従来の共進会や品評会において「常ニ劣等ノ批評」を受けており、米、麦、大豆などにあっては種類が雑駁で品質が劣等、色沢が暗薄、乾燥不良、調整粗漏であると述べられている。また、林檎も「貯蔵不良香味不足等ノ欠点ヲ有スル」ため以下を配慮するようにと指摘されている<sup>65</sup>。

<sup>63</sup> 楠美冬次郎・佐野熙『苹果要覧』1890 年、1～2 頁。

<sup>64</sup> 「博覧会農業館（十二）」『朝日新聞』1903 年 6 月 19 日朝刊 3 面。

<sup>65</sup> 青森県内務部『第五回内国勸業博覧会出品注意事項』1902 年、1 頁。なお、ここで挙げられた品目は、米、麦、大豆、大麻、藺草、苹果、繭、蚕種、生糸である。

## [史料 9] <sup>66</sup>

### 苹果

- 一 地味ハ砂質壤土ヲ最良トナシ特ニ地下三四尺ノ処ニ水ノ停滞スルヲ忌ム故ニ停水箇処ハ排水法ヲ行フベシ
- 一 肥料ハ従来ノ肥料ニ過磷酸石灰一株ニ三百目ノ割合ニ加用スルヲ要ス窒素質肥料ノ適用ハ害虫ニ罹リ易ク又果肉堅緻ノ性ヲ欠キ貯蔵ニ堪エカタク傾向アリ
- 一 過産ノ時ハ花若クハ果実ヲ間引クコト怠ルベカラズ
- 一 害虫病菌ノ駆除ヲ怠ラザルベシ
- 一 貯蔵法ヲ注意シ販売ニハ種類ヲ一定シテ商標ヲ附スベシ

一見すると単に栽培方法を示しているように思われるかもしれないが、これには、博覧会において審査の対象となる見た目にかかわる病虫害の駆除、味に関係する排水や肥料、果実の大きさに影響する摘果、そして、第5回内国博の審査で重視された貯蔵法に気を付けるように書かれている。

また、同資料は水産物についての注意事項も述べているが、そこでは、原料は良好であるが製品が「市場ニ於テ十分ナル声価ヲ得ルニイタラサルモノ少カラス、依テ従来博覧会共進会其他当業者ノ批評等ヲ参酌シ、改良ノ上要旨ヲ左ニ列挙」するとある<sup>67</sup>。これは水産物のことについて書かれている内容とはいえ、博覧会の基準に従うことが、市場での「声価」の向上に繋がると認識されていたことを意味しているだろう。

加えて、1903年に第5回内国博が開催される2年前に青森県は、博覧会関連の予算として1902年度は5,287円82銭、翌年度は4,182円84銭を計上している。東北他県の1902年度のそれは、山形県6,938円7銭8厘、秋田県8,640銭7銭9厘、宮城県6,234円50銭、岩手県8,221円2銭9厘で、内訳は、出品補助金と通信運搬費が多くを占めていたと言う<sup>68</sup>。遠隔地で開催される博覧会の出品には、梱包、運搬などの諸費用が必要となるが、各県は、それを資金的に援助することで出品を促そうとしており、青森県も例外ではなかったことが窺える。

## ②津軽産業会と民間の林檎栽培家の貢献

### a.津軽産業会による品評会の開催

以上のように、県も博覧会に向けて施策を展開しているのであるが、本稿がとりわけ強調したいのは、民間における取り組みである。

青森県では、林檎産業の初期に土族らがその重要な担い手となったことがこれまでも指摘されており<sup>69</sup>、実際に、「青森県りんごの始祖」と言われる菊池楯衛と、旧弘前藩士族を中心とする有志十数人が1877年に立ち上げた化育社という農業関連の講話会に端を発する団体の活動は<sup>70</sup>、同県が博覧会で高い評価を得ていくことになるうえで、重要な役割を果たしたことが知られている。

化育社は、1884年には農談会と名を改め、中津軽郡役所を会場に月1回の集会を催し、会員相互の情報交換により知識を広めたほか、中津軽郡からの諮問に答えて農業の発展を図る活動を展

<sup>66</sup> 青森県内務部『第五回内国勸業博覧会出品注意事項』1902年、6頁。

<sup>67</sup> 青森県内務部『第五回内国勸業博覧会出品注意事項』、10～11頁。

<sup>68</sup> 村川友彦「明治期の博覧会と近代日本～第五回内国勸業博覧会と福島県勸業政策」『東北学院大学東北文化研究所紀要』(1997年8月)、112頁。

<sup>69</sup> 青森県『明治前期りんご栽培技術史：青森県りんご発達史 第2巻』1960年、1～8頁。

<sup>70</sup> 波多江久吉・齋藤康司編『青森県りんご百年史』1977年、51頁。

開する<sup>71</sup>。その後、1884年には、楠美など、会員中で特に林檎に熱心な者が津軽果樹研究会を組織し、また、1886年には農談会を私立産業会と改称し、第3回内国博の開催の前年にあたる1889年にはそれを母体に「汎ク農工商諸業ノ利害得失ヲ討議シ智識ヲ交換シ地方物産ノ振興改良ヲ圖ル」ことを目的に、弘前市と中津軽郡内に居住する者を「〔通〕常員」、それ以外の「遠隔ノ地」の者を「通信員」とする津軽産業会を弘前市に結成した<sup>72</sup>。

同会の会費は年間30銭で、会員数は、1892年10月時点においては全て通常会員で183名、1900年5月時点では、通常会員126名、通信会員5名、発足後に設けられたものと思われる特別会員なるものが7名の<sup>73</sup>、計138名となっている。その組織は当初は士族を中心としたが、徐々に中津軽郡の地主や篤農も加わり、弘前市および中津軽郡の有力な民間農事団体となっていった<sup>74</sup>。

津軽産業会となる組織は、1915年までのおよそ40年間にわたり存続したのであるが、1884年からは、産地内で品評会を開始した。その特徴は、同じ年に誕生した中津軽農談会が、米、大豆、麻、繭、生糸の公設の共進会を開催したのに対して、林檎をはじめ新作物の開発を進めていた菊池らは、新種の果実や穀物、野菜も出品の対象に加えたことである。そこではとりわけ林檎が人気を博し、その品評会は私立農談会の共進会を吸収することになった<sup>75</sup>。さらに1886年には中津軽郡長大道寺繁禎、1887年には青森県知事鍋嶋幹を品評会の長とし、同県から審査官の出張を得て、中津軽郡一郡町村連合会からは補助金も受けるなど<sup>76</sup>、菊池らの品評会は、「官」を巻き込みながらその活動を展開し、林檎を含む「出品員数」は4,000点を越えることもあった。この品評会は、基本的に毎年10～11月の5日間ほどにわたり開催されたようであるが、そのほかにも菊池らの団体は日頃から人々が互いの産物を総覧できるようにしていた<sup>77</sup>。

このような同会の取り組みについては、『青森県りんご百年史』および『青森県りんご発達史』が詳しく整理してきたが、とりわけ重要なのは、青森県では産地の人々が地方ないし全国レベルで開催されていた博覧会に出品するに先立ち、評価や競争に慣れる場が地域内に用意されていたことである。同会の品評会に林檎を出品し、賞を獲得した者のうち居住地が判明する10人は、弘前市2名、中津軽郡の清水村3名と藤代村1名、南津軽郡竹館村3名、および上北郡大深内村1名であったことから<sup>78</sup>、津軽産業会はその拠点となった弘前市や中津軽郡を越えて、広く、青森県の人々に対して、競争的に切磋琢磨する場を提供していたのである。

また、のちに示す〔史料10〕によれば、青森県の場合、内国博の出品者は「多数同業者」から

<sup>71</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』1902年、6～7頁（弘前市立弘前図書館蔵、以下同様）。

<sup>72</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』、10頁、津軽産業会『津軽産業會規則』1892年、1～2頁（弘前市立弘前図書館蔵、以下同様）。

<sup>73</sup> 青森県経済部『青森県りんご史資料第10集「津軽産業会」沿革』、1953年、19、22～24頁。なお、特別会員は、1900年の定款によれば、「多年本会ノ為メニ協力セシモノ」を同会の決議をもって推挙するとある。

<sup>74</sup> 青森県『明治前期りんご植栽拡大史：青森県りんご発達史 第3巻』1962年、35頁。同会の組織や活動に関しては、同書が詳しくまとめている。

<sup>75</sup> 波多江・齋藤編『青森県りんご百年史』、51頁。

<sup>76</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』、7頁。ほかにも1901、1902年の品評会の際は、弘前市と中津軽郡の補助金を受けていたことが記録されている。ただし両年ともに開催にあたって収入の4～6割ほどを「有志」から得ていたことは、資金的にも民間の力を中心に品評会が運営されていたことを示唆している（津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』、42～43頁）。

<sup>77</sup> 津軽産業会『津軽産業會規則』、6～7頁。なお、同会の品評会は少なくとも1910年の第25回まで開催されたようである（青森県農業総合研究所『青森県りんご史資料第20集 博覧会・共進会・品評会出品の本県のりんご』1954年、13頁）。

<sup>78</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第二號』、23～25頁と、青森県『明治前期りんご植栽拡大史』、16～20頁に掲載された第5回内国博の林檎出品者一覧（青森県のみ）を照合した。

選ばれた代表者であったようである。ここから、津軽産業会の品評会は、地域予選の役割を兼ねていたのではないかと推察されるのであるが<sup>79</sup>、実際に、第5回内国博の前年に開催された津軽産業会の品評会において、林檎を出品し賞を得た23人中、上位第3等までに入った6人のうち5人は翌年の内国博に出品していた<sup>80</sup>。[史料2]で取り上げた内国博の「解説書式」には、博覧会や共進会への出品および受賞歴を記載する項目が挙げられていたことから、津軽産業会の品評会などでの受賞歴を内国博の書類に記入することは、審査官に対するアピールになったとも考えられる。そして、先述のように青森県は、第4回と第5回の内国博に出品した林檎の点数が他府県を大いに上回ったのであるが、質的に厳選したものを多量に携えて博覧会に参加したことは、審査官や商人を含む来場者らに、林檎の産地と言え「青森」という認識を定着させていくのに貢献したものである。さらに、管見の限りとくに目立つのは第4回と第5回の内国博のあいだの時期であるが、津軽産業会の会員は、各地の博覧会に個人で出品するのみならず、「津軽産業会」の名でも林檎を出品し入賞を重ねていた<sup>81</sup>。それは、「林檎」と言え「津軽」、「津軽」と言え「林檎」という繋がりを、人々の脳裏に焼き付けることにもなったであろう<sup>82</sup>。

なお、第5回内国博で青森県とならび多数の褒賞獲得者を輩出した秋田県においても(表3-3)、1893年時点で第2回苹果品評会が横手町で実施されており<sup>83</sup>、鹿角郡では、同博覧会の前年に第2回鹿角郡物産品評会が開催されている。とくに後者には津軽産業会が林檎数片を「寄送出品」し、同会はのちに同郡農会会長から「大に當業者の注意を惹き参考上裨益を與ふること不尠」との謝状を受け取っている<sup>84</sup>。第5回内国博で高い評価を得た青森と秋田の両県ともに、産地内に品評の場を備えていたこと、そして前者が、林檎産業の確立期において後者の産地をも支援する行動をとっていたことは、特筆すべきことであろう。

#### b. 楠美冬次郎をリーダーとする第5回博覧会への出品支援と知識の共有

また、津軽産業会の理事であり、1902年に果実部長代理も務め、第3回および第4回内国博ほか各地の共進会等で受賞歴を重ねていた楠美冬次郎が、第5回内国博を前に自らが蓄積してきた知識を産地の人々と共有したことは、青森県が同博覧会で多くの褒賞獲得者を輩出したことと決して無縁ではなかったと考えられる。楠美は1903年3月1日～7月31日にかけて大阪で開催された第5回内国博に先駆けて次の記事を新聞に掲載した<sup>85</sup>。

<sup>79</sup> 実際に、1900年の奥羽六県物産共進会に先駆けて、津軽産業会は「出品林檎撰定会」を開いたとある(津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』, 15頁)。

<sup>80</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第二號』, 23～25頁と、青森県『明治前期りんご植栽拡大史』, 16～20頁に掲載された第5回内国博の林檎出品者一覧(青森県のみ)を照合した。なお、第4等以下の者の大半は翌年の内国博に出品していない。

<sup>81</sup> 例えば、1896年および98年、大日本農会農産品評会、1899年、全国聯合品評会。

<sup>82</sup> 同様のことは、青森県『明治前期りんご植栽拡大史』, 52頁でも指摘されている。なお、竹館村の産業組合は、1907年の創設後まもなく奥羽六県聯合共進会に、個人はもちろん「無限責任竹館林檎生産購買組合」の名義で林檎を出品し、多数の入賞を果たした。そのことが同組合および「竹館」の名声を広め、高めることに繋がったのではないかと指摘されてきた(白井泉「産業組合による生産・流通過程の統制—無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合の事例」『社会経済史学』第78巻2号(2012年8月), 1～26頁)。同組合長の相馬貞一と津軽産業会のメンバーとは接点があったことから、相馬はその先駆的事例に学んだことも推察される。

<sup>83</sup> 石川理紀之助『苹果品定 中 廿六年分』1894年。

<sup>84</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第二號』1902年, 43頁(弘前市立弘前図書館蔵, 以下同様)。

<sup>85</sup> 津軽産業会はその1週間少し前の1月29日には、「第五回内国勸業博覧会開設に付、本会員中より三名を採用せられ陳列方の見習をなさしめんの義を本県知事に陳情する所ありたり。本県に於て之の議を容られ会長関末吉、加藤喜久衛、奈良金一の三氏を採用せられたり」とある(津軽

[史料 10] <sup>86</sup>

楠美冬次郎投

今や、第五回内国勸業博覧会は来る三月一日を以て大阪に開かれ帝国の実勢を世界に示さんとし、其規模の宏大なる振古未曾有と稱す。其盛況や思ふへし。如此の盛会に出品を許されたる我輩の光榮何物か之に過きんや、啻に光榮なるのみならず博覧会に出品すれば博く内外人に自家を公告する所以にして、以て商品の販路を拡張し業務の繁栄を来し、名利共に享有するの好機会なり。亦我輩出品者は多数同業者より特に撰択せられ出品を許されたる者故慎重事に当り厳に品位を精選し此名譽と此利益を握取するを期せざるへからず。故に郡市聯合して来る十日午前九時を以て津軽産業会に集合し彼我共に審査調定せんとす。即ち左〔下引用者〕に調査事項を示す。

一、林檎出品者は十日午前九時産業会場内に各自の出品を持参すること

一、出品の林檎は一種毎に蜜柑箱或は同大の箱に入れて持参の事

一、出品の詰草は極く柔き乾草を第一とし、次に麦藁殻及蕎麦の「メクソ」を何れも塵粉を去りたるものを良とす

止むを得されは籾殻も可なり、杉の鋸屑は極く古い些少の息気なきものは格別なれども林檎に悪臭付き固有の香気を損するの患ありて悪し（何種にても湿気あるものは嚴禁のこと）

一、出品物は必ず一個つつ新聞にて包むへし。然らざれば疵を生し或は他悪臭を感染し又ゴミを被り光沢を失ふの患あり

一、出品物の箱の蓋に必ず出品の姓名及種類の号名を記すへきこと

一、出品物を入れたる箱を運搬するの際寒氣強き日なれば凍損患ある故箱を毛布杯に幾重にも包む事肝要なり

一、出品物は一種拾箇つつなれども万一疵や腐敗を生ずるものあるときは全休ゼロとなるへきにつき予備として二三ケつつ増加すべし

一、出品の撰択は緊要事に付一種二十箇なり三十箇なり可成多数持参して衆人に品評撰定せしむること得策なり

一、当日持参せぬ者は如何なる事情あるも総て取消者と見做し後日取扱はさること故必ず期日を誤らず持参すべき事

この記事が出される前年の1902年には、楠美冬次郎の「懇篤なる教示」のもと『苹果栽培全書』なる書物が兵庫県川邊郡農事試験場長の北上貢により刊行されたが、青森県に限らず各地域における林檎の栽培方法をまとめたその著書では、楠美が行なっている貯蔵、梱包、および運搬の仕方も紹介された<sup>87</sup>。それは同書に記された岩手県や北海道の方法よりも、楠美がはるかに入念にその工程を施していることを示す内容であったが、[史料 10]の新聞記事で公開されたものは、本に書かれた情報量をも上回っていた。そのことは楠美が、自身が研究し蓄積してきた知識を、博覧会を契機に新聞記事や津軽産業会を会場とする集会を通じて、産地内の人々に惜しみなく提供していたことを示唆している。

そして、以下の[史料 11]は、第5回内国博の際、南津軽郡蔵館村の菊池権左衛門が青森県知

産業会『津軽産業會報 第参號』1903年、15頁（弘前市立弘前図書館蔵、以下同様）。

<sup>86</sup> 「第五回内国勸業博覧会 出品林檎について」1903年2月6日『東奥日報』（青森県農業総合研究所『青森県りんご史資料第20集』に収録）。

<sup>87</sup> 青森県経済部『青森県りんご史資料第2輯：苹果栽培全書』1951年。

事に提出した出張報告書である。菊池は 1907 年の段階で津軽産業会の役員となっていた人物で、林檎栽培に加えて「運搬」と苗木業も仕事としていたようであるが<sup>88</sup>、同内国博では、彼が農業および園芸部門の青森県出品人総代として県から補助金を受けて大阪に出張し、審査期日前に「陳列ノ果実ヲ点検シ腐敗セルモノヲ除キ整頓」したとある<sup>89</sup>。

[史料 11] <sup>90</sup>

第五回 内国勸業博覧会出張報告書

青森県南津軽郡蔵館村大字蔵館

第一部出品人総代 菊池権左衛門

一、三月十一日 大鰐駅ヲ発シ同十三日大阪着。直チニ本県事務所ニ至リ事務員ニ来意ヲ通  
ス

一、三月二十一日 審査期日切迫ニ付キ陳列ノ果実ヲ点検シ腐敗セルモノヲ除キ整頓ス

一、三月二十三日 事務局ヨリ加奈太館出品ノ林檎審査員ニ選ハレ翌二十四日二十五日ノ二  
日間楠美冬次郎外崎嘉七氏ト共ニ審査ニ従事ス

一、三月二十六日 農事視察トシテ淡路國津名郡育波村日本果物会ノ果樹園広島県ノ各果樹  
及和歌山県各果樹ノ栽培地ヲ視察セリ

一、四月五日 大阪発車帰途ニ着ケリ

一、四月七日 静岡県立農事試験場視察

一、四月十二日 帰村

右報告申上候也

明治三十六年四月十五日

大阪博覧会 青森県出品人総代  
菊池権左衛門

青森県知事 山之内一次殿

追啓 補助金ハ中津軽郡清水村大字富田楠美冬次郎へ御廻成下度奉願候

即日 菊池権左衛門

文中に登場する菊池、楠美、中津軽郡清水村の外崎の三人は、自身も第 5 回内国博に林檎を出品し褒賞を得た実力者であるが（表 3-3）<sup>91</sup>、青森県ではそうした人々が「補助金」を受けるなど県のサポートのもと自ら会場に赴き、審査に向けた準備に従事した<sup>92</sup>。[史料 8] で見たように、青森県が、第 5 回内国博で「其ノ栽培法ハ勿論貯蔵法ニ至ル迄研究練磨スル所アル」と好評を得

<sup>88</sup> 青森県『明治前期りんご植栽拡大史』, 115, 117 頁。

<sup>89</sup> 1902 年 11 月の時点において、津軽産業会では翌年の 3 月以降開催される第 5 回内国博の「出品準備に忙殺」されているゆえ、同会の主催する品評会への林檎を含む果実の出品が前年に比べて減じていると、楠美により報告されている（津軽産業会『津軽産業會報 第二號』, 16, 18 頁）。同会がいかに内国博に向けて力を注いでいたかがここから窺えよう。

<sup>90</sup> 「菊池権左衛門略歴」（青森県農業総合研究所『青森県りんご史資料第 20 集』, 40～41 頁に収録）。

<sup>91</sup> 第 5 回内国博の審査報告書の青森県に関する記述のなかで、同県内から出品された紅玉は色沢が美しく香味も良いが、全体として甘味が少ないことが欠点であるものの、外崎の品は外観、味ともに「最モ佳良」とその名を挙げて絶賛された（第五回内国勸業博覧会事務局『審査報告：第一部卷之十二』, 36 頁）。

<sup>92</sup> なお、津軽産業会は、1894、1897 年の奥羽六県共進会、1895 年に開催された大日本農会品評会の際などに、視察の名目で会長や委員を派遣している（津軽産業会『津軽産業會報 第壹號』, 12～13, 15 頁）。

た背後には、林檎の栽培のみならず、貯蔵、梱包、および運搬までを網羅的に研究してきた実力者らが、その成果を産地の皆で共有し共存共栄を図っていこうと行動した事実があった。

### c. 会員の受賞と外国人からの評価

そして、第3～5回内国博において林檎を出品し褒賞を得た青森県の人々のなかに津軽産業会の会員が多数含まれたことは（表3-1～3-3）、同会が展開してきた一連の活動が一定の成果を挙げていることを裏付ける。例えば、第3回内国博に青森県から林檎を出品したのは10余名とされるが、そのうち少なくとも7名が同会に所属した経験のある人物であることが判明しており、受賞者4名は全てそのなかから輩出された。その後第5回内国博に至るまで、津軽産業会のメンバーから受賞者が出ていることは、表3-2および表3-3から明らかである。

〔史料11〕によれば、これまでに登場してきた、楠美、外崎、佐藤の三人は、第5回内国博において「加奈太館」が出品した林檎の審査官に選ばれ、評価に携わった。そして、同内国博の期間中の4月6日には、彼らが審査に関わったカナダ館の事務長で同国の博覧会監督であった「ロハート、ハメルトン」が、青森県弘前市に林檎の視察に訪れた。彼は津軽産業会で実施した講話会の冒頭で、大阪の「博覧会を参観し第一に予が胸懐を驚したるハ貴地方の出品に係わる林檎なりし、其の光澤艶麗しにして形状の完美なる、実に称赞措く所を知らざりし、予か這般携へ来た里たる七十余種の林檎は將に面目を失うの概ありし、予は茲に於て其地質、其栽培法、其樹性等に就き調査を望むの念や切なり」と、農商務長官の紹介状を得て同地を訪ねたことを述べたと言う<sup>93</sup>。

これらのことは、産地の現場で林檎栽培に従事する者たちが、「審査官」として評価する側に立つほどの実力を既に身に付けていたこと<sup>94</sup>、そしてこの時点において、青森県の林檎の栽培と流通の技術が、世界的にみても遜色のない高い水準に達していたことを示唆しているのである。

### 終わりに

本稿は、明治期に開催された博覧会が、農作物の産地ブランドの形成にいかに関わったのかを林檎に注目して明らかにしてきた。

まず、競争の舞台としての博覧会の性質を整理したが、そこで浮かび上がってきたのは、出品者は個々人で博覧会を競う傾向にあったものの、会場に足を運ぶ商人を含む来場者や審査官らは、彼らをむしろ「府県」ないし「産地」の構成員の一人としてとらえていたことである。博覧会の嚆矢である第1回内国博が開催されたのは、廃藩置県からわずか6年後であった。そのため、「府県」が競争の単位として見られることをきっかけに、新たに誕生した「府県」の人々が結束を高めていく一面もあったものと思われる。

そのような状況下では、ある府県ないし地域が特定の生産物を博覧会に多数出品し、褒賞を獲得し、その生産物の優れた産地であるとの認識が広まれば、同じ産地の当該商品の販路は拡大し、市場における評判の確立にも繋がる。そしてそれがもたらした利益は、その地域を拠点に経済活動を営む、出品者以外の人々も享受するようになるであろう。このようにして地域のなかには力ある「個」が競争しつつも団体活動を通じて協力しあい、「府県」や「産地」の名を背負いながら官民を上げて博覧会にのぞむところがでてきたと考えられる。

そして、当初、内国博の林檎の審査において好評を得ていた北海道や山形県、ならびに東京の

<sup>93</sup> 津軽産業会『津軽産業會報 第参號』、18～20頁。

<sup>94</sup> ほかに楠美は、1896年の大日本農会品評会の折、果実審査員として参加していたようである（青森県経済部『青森県りんご史資料第10集』、16頁）。

市場で名を馳せていた岩手県などに代わって、博覧会や市場において「主産地」として台頭していったのが青森県であった。

林檎は明治期に海外から輸入された農作物で、日本にもたらされた品種は多数あり、いかなるものが「いいもの」であるかが、博覧会が始まったころには定まっていなかった。しかしながら、博覧会もきっかけとなり選抜が進み、酸味よりも甘味、外観は赤くて艶の美しいものが好まれることが明らかになり、博覧会の審査報告書でもそのような林檎を産出する地域が高く評価されるようになっていった。

青森県の人々はそうした人々の嗜好や博覧会の審査基準に適した林檎を作り、博覧会で多数の褒賞を得るようになっていったのであるが、それが実現した理由は、以下のようになる。第一に、第4回内国博以降、青森県が第一位の林檎産地として徐々に頭角を現していくのに先駆けて、津軽産業会なる民間団体を中心に、人々が切磋琢磨し競技に慣れていく環境が、早い時期から産地内に構築されていたことである。そこでは、旧弘前藩士族を中心とする民間人が重要な役割を担ったが、彼らは地元での品評会の開催に際して県や郡から財政的支援を受け、「官」を巻き込みながらそうした活動を展開していった。

第二に、上記の津軽産業会の核となった有力者が、研究を通じて蓄積してきた林檎の栽培および輸送の方法に関するノウハウを、同会のメンバーを越えた産地の人々と共有する機会を設け、最大規模の博覧会である内国博に出品する人々をサポートし、個人ではなく出品者全員、そして産地の人々との共存共栄を図っていこうとしたことである。さらに、同会の支援は、県外の林檎産地にまで及ぶことがあった。その背後には、林檎と言う新商品の産業が確立していく黎明期において、競争相手となり得る者たちとも手を携えて、市場を形成し拡大していこうという意識があったのではないかと推察される。

このように、博覧会への参加がひとつの契機となり、「官」と「民」が連携し、個別に蓄積されてきた研究成果が指導者層から産地内に拡散し、人々が協力的かつ競争的に林檎の品質向上に努めるその過程で学習していったことが、林檎が生産と流通を経て消費者の手に渡るまでの要所所で発揮されるようになっていった。さらに鉄道網の敷設など市場にアクセスする条件も整い、集団で量を携えて大都市への進出を図ったその結果、「青森」「津軽」は、博覧会や市場という競争の舞台に存在していた「目利き」に高く評価され、他産地を圧倒するに至り、林檎の筆頭産地として成長していったのであろう。津軽地方は、博覧会での戦いを通じて、市場での競争をいかに勝ち抜くかを学ぶことができたとも言え換えられる。

以上は、本稿が明らかにしてきた内容であるが、そこからはさらに以下の二つの展望が得られるであろう。

第一に、博覧会が、市場を補完する機能を有していたことである。市場が機能するうえで重要な一条件とされる競争の促進には<sup>95</sup>、①商品を一堂に集めて見比べる空間の整備と、②「目利き」をする際の基準が定まるという、少なくともふたつの条件が必要である。しかし、清川が取り上げた紅茶と同じく<sup>96</sup>、林檎のような新商品の場合、当初は市場の取引に参加する商人、消費者、さらには生産者すらどのような林檎が「いいもの」であるかが見えていなかった。それゆえ、博覧

<sup>95</sup> マクミランが述べた経済発展が実現している国の市場が満たしている5つの条件は、①情報が円滑に流通していること、②人々が約束を守ると信頼できること、③財産権が保護されていること、④第三者への副作用が抑えられていること、および⑤競争が促進されていることである（ジョン・マクミラン『市場を創る』NTT出版、2007年、ii頁）。なお、同書は、品評会が数世紀前にヒンズー教の宗教的巡礼の副産物として始まり、そこには5万頭のラクダが売りに出され、価格交渉が展開されたとする（マクミラン『市場』、5頁）。このことは古くから品評会が市場とともに存在し、「一堂に集めて比較する」場を提供する役割を果たしてきたことを想起させる。

<sup>96</sup> 清川「技術情報」、258～260頁。

会という場で、専門家が中心となり、彼らが既に掌握している情報と、出品者や商人を含む来場者の反応から得られる人々の嗜好とを併せて②を固めていったことは、競争の舞台としての市場の機能を高めることに繋がったと考えられる。

次に、本稿の成果を林檎産地に関する先行研究とともに総合的にとらえた場合に見えてくるのは<sup>97</sup>、青森県の人々が、博覧会という機会を利用しつつ、産地内部で競争的かつ協力的に、情報を共有しつつ学習し、市場に関わる人々の嗜好を踏まえた商品作りをする力を培っていったことである。同地の人々が林檎を梃子に、博覧会もひとつの足がかりとしながら市場経済化に適応していった姿からは、米作農業経営の市場経済化への対応の遅れと低生産性との2点を根拠に後進的という烙印を押されてきた、暗い東北農村のイメージとは異なる印象が生じるであろう。

青森県の人々にとって林檎栽培のひとつの指針となったのは、「赤い林檎」をいかに作るかであった。ジョン・ダワーによれば、「敗戦」のち、「希望の光が差し込んだ瞬間」は、一本の映画とともに『リンゴの唄』が流れ、「赤いリンゴと青い空のイメージが、心のなかの灰色の風景に忘れられない鮮やかな色彩を与え」たときであったと言う<sup>98</sup>。明治期の博覧会で初めて林檎を目にした人々がそれに魅了されてから半世紀以上を経て、「敗戦」後の日本人は再び「赤いリンゴ」に触れその「明るさ」に新しい時代を感じ取った。日本において林檎の赤さは人々をとらえる力を持つようである。市場に参加する人々の、色をはじめとする潜在的ニーズに応えることを通じて、「青森」「津軽」は林檎の有力産地としての地位を築いていった。それをもたらした一因は、明治期における博覧会の経験であったと言えよう。

---

<sup>97</sup> 白井「戦前期青森県における「米と林檎」、同「産業組合による」。

<sup>98</sup> ジョン・ダワー『増補版 敗北を抱きしめて 上 第二次大戦後の日本人』岩波書店、2004年、204～206頁。

# Competitive Exhibitions and the Branding of Regional Agricultural Products : the Case of “Aomori” and “Tsugaru” Apples in Modern Japan

Izumi Shirai†

## Abstract

The Japanese government, after making inspection tours of western countries, designed policies for industrial promotion. One of them was staging nationwide competitive exhibitions, and this project started in 1877. The purpose of this study is to clarify how these exhibitions became a springboard for the branding of regional agricultural products, especially apples, during the 1870s to the 1900s. We obtained the following results. *Naikoku-kangyo-hakurankai*, the largest national exhibition and a model for other exhibitions in modern Japan, served as a contested arena, not only for individual exhibitors, but also for group exhibitors representing a prefecture. Therefore, if one group representing a prefecture was recognized as the leading and trustworthy grower of an agricultural product in the exhibition, that prefecture's sales of the product were superior to those of other prefectures in the market. This could lead to a situation wherein all farmers engaged in the cultivation of the agricultural product in the prefecture gain economic benefits. Therefore, in some prefectures, both public and private sectors worked together to organize a delegation under the leadership of local magnates, aiming to win many awards in the exhibition. The case of Aomori prefecture, especially which of Tsugaru area, is a representative one. In the 1870s, when the government started to organize exhibitions, many new varieties of fruit, including over a hundred kinds of apples, were introduced from western countries under the government's initiative. Among these, the Japanese of the time preferred the sweet, red, and shiny ones. In fact, such consumer tastes were reflected as the criteria for grading apples in exhibitions. In response to this trend, the leading growers of apples in Aomori prefecture promptly undertook of the investigation not only of a cultivation method reflecting consumer tastes and the evaluation criterion, but also of an effective and extensive distribution system for their apples. They shared their knowledge with other farmers in the same region. In addition, they organized their own local exhibitions as a practice run for *Naikoku-kangyo-hakurankai*. These proactive steps evolved into the formation of a system that enabled apple farmers in the Aomori prefecture to increase the quality of their apples supportively and competitively. Through this process, they surpassed the leading producers at the time, such as Hokkaido and Iwate, grew into major production area of apples, and succeeded in the branding of “Aomori” and “Tsugaru” apples. This could not have been achieved without the existence of competitive exhibitions.

**JEL Classification:** N55, N95, O25, Q13

**Key Words:** Branding, Exhibition, Market, Regional Economy, Agricultural Product (Apple)

† Japan Business History Institute, Researcher,

2-20-3-0-901 Misakicho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0061, Japan.