

## 出荷戦略からみた大規模レタス産地の性格

村 井 亜希子\*

### 1. はじめに

1980年代以降、野菜産地は政策の後押しを受けて大規模化を進めていき、その結果として主要野菜は全国的に生産過剰となった。したがって近年の野菜産地にとって、量的な生産規模の拡大と産地としての成長とが比例するとは限らなくなっている。また、市場外流通先が増えるなど産地の出荷先選択の幅も広がっている。このような野菜産地を取り巻く状況の変化を考慮すると、近年の野菜産地の成長および存続を検討する際には、生産体制面だけではなく、生産したものをいかに販売していくのかという出荷体制面を切り離して考えることはできない。

従来の地理学の研究においても、産地の生産体制の中で出荷に関することにもふれられてきた。尾留川(1979)は農業地理学的な立場から、様々な農業産地の研究を土台として日本の農業地域区分を行い、また、園芸地域についても市場との結合からみた分類を行った。太田(1979)は、国内における花き生産の主産地形成の展開について研究し、市場構造と産地の配置の関係性について分析した。加藤(1991)は、高冷地野菜産地に着目し、「大規模産地」、「中小規模産地」、「準高冷地産地」、「遠隔競合産地」に産地を分類し、各産地において現地調査を行った。それをもとに、産地の農業変遷や生産構造を明確にし、輸送園芸産地としての輸送手段の発達や出荷先市場など流通についても言及した。しかしこのような研究では生産体制の調査にかなりの比重が置かれ、産地の出荷に関する現況は記述されていても、現在に至るまでどのような出荷が行われてきたのかという長期的な出荷プラン(出荷戦略)までを言及した研究はまだ少ない。

一方、野菜の流通に関しては、経済学の分野で多く議論されており、河野・森(1984)は、変化する市場流通の中での青森県のナガイモ産地の市場対応とマーケティング戦略について研究し、斉藤(1986)は、後発野菜産地が行う新品目導入などの競争戦略について言及した。しかし経済学では、企業における流通経路選択に重点を置いた研究(佐藤,1998)や量販店の青果物調達方法(坂爪,1999)など野菜を入荷する市場や量販店・外食産業など、産地よりも企業に研究対象が移ってきている。このような研究では、産地は企業の販売体制の中に組み込まれてしまい、産地自身の実態は見えにくい。

このような問題意識と先行研究に基づいて、本研究では、この両研究分野であまり注目されてこなかった野菜産地の出荷戦略を研究することとした。本研究と同じような着目は、荒木(1996)が、北海道旭川市における農業協同組合(農協)の集出荷対応の研究にてしている。荒木は、産地形成過程の研究として農協の「流通戦略」に重点を置いて分析している。一方、本研究では最終目的を出荷戦略からみた野菜産地の性格づけとし、野菜産地の中でもレタス生産を中心とする産地のみを研究対象とした<sup>1)</sup>。レタスは、気温が25℃を超えると栽培が難しいという生育特徴をもち、どの産地も収穫できない時期があるため、産地はそれほど特定されておらず、都市近郊産地だけでは周年供給を行えない野菜である。したがって、近郊産地で生産できない時期は輸送園芸として生産されるが、水分が多く傷みやすいため、いかに保冷を行っても、商品として品質が

\*茨城県立高萩工業高等学校

維持できる期間は収穫から1週間程度と短い。そのため、輸送交通網が発達した現在においても、輸送距離が未だに産地形成に強く影響し、それぞれの産地によって多様な出荷戦略がとられている。また、第二次世界大戦後から本格的に栽培・市場出荷が開始されたため、生産開始初期からのデータが入手しやすい野菜であるともいえる。

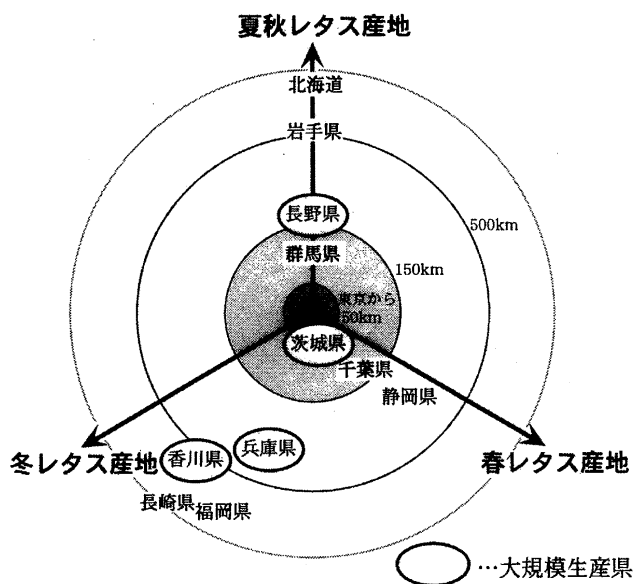
## 2. レタス生産の全国的展開

レタス産地の出荷戦略を分析して産地それぞれの性格を検討するためには、国内レタス生産の全体を捉えておく必要がある。そこで、レタス主要生産県<sup>2)</sup>を生産時期と東京からの距離によって類型化することで、レタス生産の全国的展開を概観する。

第1図は、主要レタス生産県(2000年度)を、出荷時期と東京からの距離の2軸を用いて示した図である。レタスの主要生産県を分類すると、生産面では、出荷時期の違いによってバランスよく分類することができる。第1図では、大規模生産県である長野県・茨城県・香川県・兵庫県を楕円で囲んだ。第1図を見ると、春レタス<sup>3)</sup>は茨城県をはじめとする東京150km内に位置する近郊県、冬レタスは香川県・兵庫県をはじめとする西南日本の諸県、夏秋レタスは長野県をはじめとする高冷地の産地を含む諸県および北部と、主要生産県の出荷時期がずれていることが読み取れる。このように生産面では、出荷時期別に「春レタス型」、「冬レタス型」、「夏秋レタス型」と分類することができる。また、春レタスは東京周辺産地、その他のレタスは遠隔産地となっており、東京からの距離と出荷時期が関連していることも読み取れる。

次に流通面では、主要生産県それぞれが重点を置く出荷地域の違いによって分類できる。『平成12年青果物産地別卸売統計』によると、長野県は京浜地域、中京地域、京阪神地域の全てに占有率34-48%ともなる大量の出荷を行っている。一方、茨城県・香川県は京浜地域に重点をおいた出荷である。また兵庫県は、京阪神地域に重点を置いた出荷である。このように、流通面では出荷地域別に「全国出荷型」、「京浜出荷型」、「京阪神出荷型」と分類することができる。

これら2パターンを分類を組み合わせて、大規模生産県4県を特徴付けると次のようになる。まず長野県は、高冷地を生かした夏秋レタスの大産地として全国の市場に大量に出荷している(全国夏秋出荷型)。茨城県は、東京50km圏内という立地条件を生かし京浜地域を中心に春レタスを出荷している(京浜春出荷型)。また香川県は、長野県・茨城県が生産できない冬期に温暖な気候を生かし京浜地域へ冬レタスを出荷してい



第1図 レタス主要生産県の出荷時期と東京からの距離

る(京浜冬出荷型)。そして兵庫県は、大阪50km圏という立地条件を生かし京阪神地域を中心に冬レタスを出荷している(京阪神冬出荷型)。

以上の産地の特徴づけに従い、本研究において事例産地として現地調査を行った大規模レタス産地は以下のように選定した。第1図の大規模生産県において、県内最大出荷量の市町村を「大規模産地」としたところ大規模産地とされるのは、川上村(長野県)、岩井市(茨城県)、大野原町(香川県)、三原町(兵庫県)となった。また出荷量が1万tを超える産地は、2000年現在、川上村(6万2,100t)、岩井市(2万6,500t)、大野原町(1万2,100t)、三原町(1万4,100t)、昭和村(1万2,800t)の5市町村である。それらの中で、出荷時期がそれぞれ違い、出荷量が全国1-3位の地位を維持する長野県川上村、茨城県岩井市、香川県大野原町を事例産地として選定した。

### 3. 出荷先選択からみた大規模レタス産地の性格

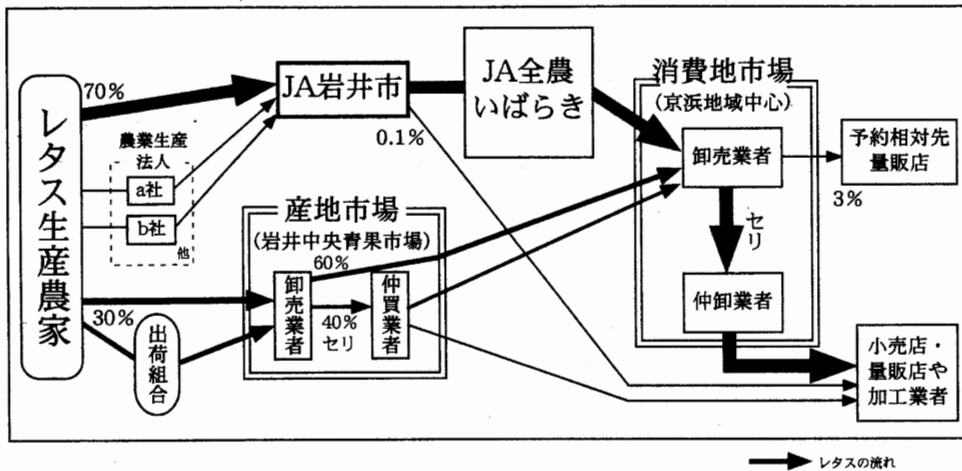
選定した3つの大規模産地において、産地の出荷体制および生産体制の調査を行ったところ、産地の性格が明らかになった。各事例産地では、レタス生産者としての農家・農業生産法人には生産方法および出荷先など、また集出荷者としての農協および産地市場には集出荷方法や集出荷先、販路を拡大するためのPR方法やブランド化などについて聞き取り調査を行った。これらの調査では、生産者・集出荷者がより大量かつ高値で出荷するためにどのような出荷方法を選択してきたか(出荷戦略)に特に注目した。そのような産地の出荷戦略の中でも、ここでは、生産者および集出荷者が取引先としてどこを選ぶのかという「出荷先選択」について、事例産地ごとに作成した出荷構造図を用いて述べる。

#### 1) 京浜春出荷型産地 —茨城県岩井市—

第2図は茨城県岩井市産レタスの出荷構造をまとめた図である。岩井市は、3つの事例産地のうち最も生産農家が農協へ出荷するレタスの割合が少なく、70%程度であった。また、農協以外への出荷方法としては、農業生産法人による出荷と個人出荷が見られた。農業生産法人は数社存在するが割合としては少なく、残りの30%程度は個人もしくは出荷組合による産地市場(岩井中央青果市場)への出荷であった。

生産農家および農業生産法人から岩井市産レタスの70%を集荷したJA岩井市は、集荷したレタスのほぼ全量をJA全農いばらきに形式的に通し、JA岩井市が契約している京浜地域を中心とした全国の取引先の消費地市場へ出荷している。また、0.1%未満を地元のスーパーマーケットへ市場外出荷しているが、出荷戦略というよりも地元のスーパーマーケットの依頼に応じてのことである。消費地市場へ出荷したレタスのうち、3%は仲卸業者を通さずに卸売業者から直接予約相対取引先の量販店などへ出荷されている。

一方、残り30%を集荷している岩井中央青果市場は、農協への出荷をやめた生産農家や出荷組合による個人出荷農家を中心に近年集荷量を徐々に伸ばしている。集荷量の60%はセリを行わず全国の取引市場へ転送しており、40%は仲買業者に競り落とされて、小売店などへと卸される。

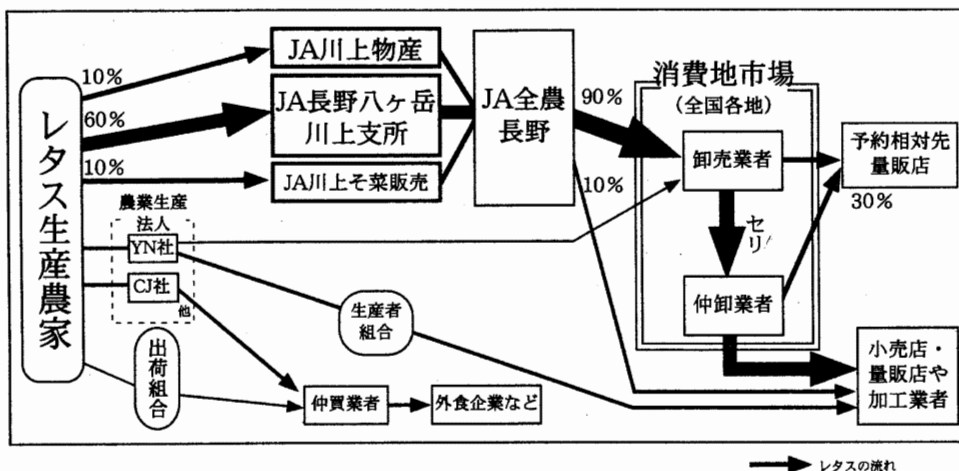


第2図 岩井市産レタスの出荷構造と出荷されるレタスの割合 (2002年)

2) 全国夏秋出荷型産地 —長野県南佐久郡川上村—

第3図は長野県川上村のレタスの出荷構造をまとめた図である。川上村は生産農家から出荷されるレタスの計80%が農協へ出荷されており、産地市場は存在せず、その他20%は数社の農業生産法人による出荷か、個人もしくは出荷組合による仲買業者への出荷である。

川上村には歴史的な背景により3つの農協があるが、JA全農長野の強力なリーダーシップにより、出荷先はJA全農長野が各農協の要望を聞きつつ一括で管理している。集荷されたレタスのうち90%が全国各地の取引先市場へと出荷され、そのうち30%が予約相対取引先の量販店へ出荷される。また10%は市場外取引として直接量販店や小売店へと出荷されている。

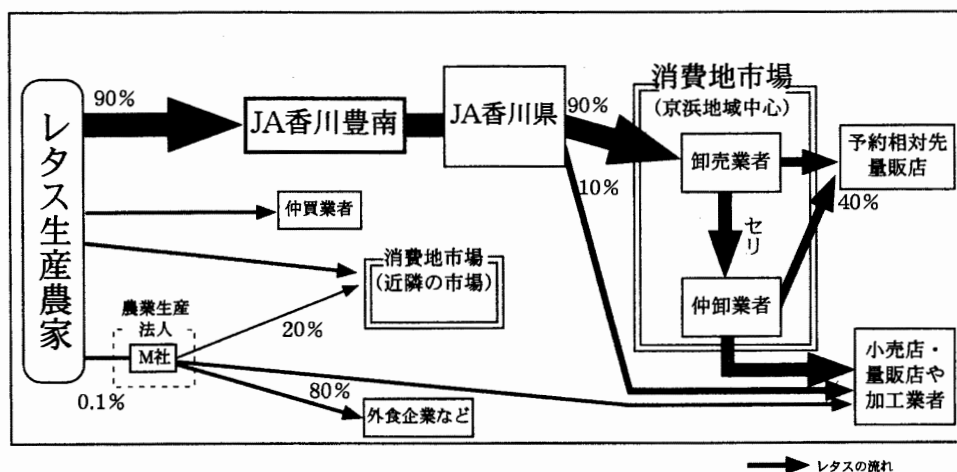


第3図 川上村産レタスの出荷構造と出荷されるレタスの割合 (2002年)

3) 京浜冬出荷型産地 —香川県三豊郡大野原町—

第4図は香川県大野原町のレタスの出荷構造をまとめた図である。大野原町は、3つの産地のうち最も生産農家が農協へ出荷するレタスの量の割合が多く、90%以上であった。大野原町も産地市場は存在せず、農業生産法人も1社しか存在しないため、その他は個人出荷による近隣の消費地市場への出荷か、集荷に来る仲買業者への出荷であった。

JA香川豊南は、集荷したレタスの全量を県下最大の合併農協であるJA香川県と協調販売という形をとって、JA香川県と調整し合いながら出荷している。出荷量のうち、90%は京浜地域を中心とした取引先の消費地市場への出荷であり、そのうちの40%もが予約相対取引先の量販店などへと出荷されている。また、出荷量の10%は市場外取引による直接販売によって量販店へ出荷されている。



第4図 大野原町産レタスの出荷構造と出荷されるレタスの割合 (2002年)

4) 3事例産地の比較

以上の3つの事例産地の出荷構造について産地の性格の違いを検討する。第一に、レタス生産農家が出荷先選択としてどの集出荷者を選択するかについての違いは、大都市からの距離から説明することができる。岩井市は、東京という大出荷先との近郊性と農業の盛んな大産地であることを理由に、全国でも数少ない産地市場が活発に活動しており、産地市場への出荷を選択する農家が多い。したがって岩井市では、農家が産地市場への出荷が有利であると判断すれば、農協を選択しない場合も多かった。一方大都市から遠い川上村および大野原町では、大規模なレタス産地であるにもかかわらず産地市場は発達しなかった。なぜなら、農家が市場への出荷を選択した場合、比較的大きな市場は県庁所在地などの遠方にあり、毎日市場へレタスを運搬する時間的な余裕は収穫時期にはとれないからである。また市場まで運送業者を雇って出荷することも、輸送経費を考えるとよほど大規模出荷でない限り現実的ではない。また近隣にある中小規模の消費地市場へ出荷しても、農協によって出荷される主要都市の中央卸売市場での価格と比較すると高価格の販売は期待できない。したがって、系統共販による手数料を支払ったとしても、農協の方が高価格での販売ができるという思いは川上村および大野原町の農家の間では特に強いと考えられ

る。

しかし川上村では、JA全農長野が統括する農協への出荷が多いものの、農業生産法人による出荷や個人や出荷組合による出荷も少なからずある。これは、近年、仲買業者を通して企業と直接販売を行う農家が増加したからである。このような農家による企業への直接販売が可能であるのは、川上村に大規模経営の農家が多いことによって説明ができる。レタスを購入するスーパーマーケットや外食産業などの企業は、コスト削減のために市場流通を避けて直接取引を希望する傾向がある。このような直接取引は、期間および数量を契約するため、契約した数量を確実に出荷できる生産規模を持っているかどうか条件となる。したがって川上村のように、大きな経営規模の農家が多数あれば、農協のような大きな出荷組織を作らなくとも、数戸の農家による出荷組合もしくは1戸でも企業との直接取引が可能であるといえる。

岩井市においても、数社の農業生産法人が見られるが、そのうちの2社（第2図中のa,b社）はまだ設立してから期間が短く、JA岩井市へ出荷していた。現在の岩井市では、販売面で企業との直接販売を行うために法人化するというよりは、生産面で数戸の農家で共同生産することで生産コストを下げるという法人化が多い。また大野原町のM社はJA香川豊南での聞き取りによると大野原町では特殊な例であり、今後すぐにM社に続くような法人ができるという見通しはない。

このような農家の出荷先選択によって、どの事例産地でも最も選択されているのは農協である。産地での聞き取りによると、同じ地域であってもハクサイやタマネギは専門の買付商人がいるため系統共販率は下がる。その点においてレタスは、生産開始時期が第二次世界大戦後からと遅く、農協の主導で生産・販売体制が確立されてきた野菜である。したがって、各農協が産地のレタス販売の主導権を握って販売してきた。またレタスは、加工業者などによる業務用の需要や量販店による大きな取引単位での需要が多く、大量に集荷できる農協はこれら需要に応えることができる。そしてそのような取引を選択することによって農協はより有利な出荷ができるため、農協出荷を望むレタス生産農家が多いというのが現状であるといえる。

次に、生産農家から集荷した集荷者が出荷先としてどこを選択するかについての違いも、農家の出荷先選択と同様に、産地の規模と位置が関係している。JA岩井市は、特に他の2農協と出荷先選択が異なっている。聞き取りによると、JA岩井市はできるだけ販売代金支払いの早い消費地市場への出荷を重視している。直接販売を行わず、市場を通した予約相対取引を選択しているのもその現れである。そのような代金回収面で安全な出荷先のみを選択できるのは、JA岩井市が大規模な出荷量を確保できる生産力を持つ農協であるからであり、大市場である京浜地域を中心に取引先となる大手スーパーマーケットが、比較的近距离に多数あるからであると考えられる。また、活発な産地市場との競合関係もあり、生産者への代金支払いが遅くなると、支払いの早い産地市場へ生産者が流出してしまう恐れがあるからである。

一方、JA川上支所とJA香川豊南は類似した出荷先選択を行っている。しかし予約相対取引については、川上村の各農協が契約するというリスクを考えて出荷量の30%以内に行っているのとは異なり、JA香川豊南では40%近くを予約相対取引にて出荷している。聞き取りによると今後もJA香川豊南では、予約相対取引先を増やす可能性がある。JA香川豊南は、JA川上支所ほど市場を占有しておらず、かつJA岩井市のように大都市に近くはないため輸送費が多くかかる。そのため、できるだけ安定した価格と出荷先を確保することが重視される。したがって、契約取引の不利益な点はあるものの予約相対取引量は多くなっている。

このような農協の系統共販による出荷先選択にも産地の性格がみられるが、系統共販以外の集

出荷者も考慮すると、よりいっそう産地の性格が理解できる。そこで次に、系統共販以外の集出荷者の性質の違いについても検討する。

岩井市は、第2図によると系統共販以外の出荷量も多い。先述のように産地市場である岩井中央青果市場は、地方への転送とセリによって仲買業者との取引を行っている。ここで集荷されたレタスの転送先は、JA岩井市の取引市場と一部重なるところもあるが、どちらかというとならJA岩井市が出荷していない地方の市場を補完するように転送している場合が多い。このように岩井市の産地としての性格は、農協と産地市場によって、レタスの集荷では競合しつつも、出荷ではうまく競合が避けられている。

一方川上村では、農業生産法人や個人出荷などによる出荷が一部あるが、岩井市のように市場内流通での補完的な性質が全てではない。むしろ農業生産法人は、有機栽培などで高品質なレタスを求める企業に求めたり、企業の要請に合った栽培方法や出荷方法を行ったりすることで、市場外で企業との直接販売を行っている場合が多い。これは、有機野菜などこだわった品質のレタスを入手したい企業は、要求に合ったレタスを生産してくれる取引先として系統共販以外の入荷先を選択するからである。このように、農協が出荷していない市場外流通先のニーズを補完しているといえる。また、大野原町では系統共販以外の出荷者はM社のみであり、農協の補完的な存在はほとんど見られない。

#### 4. 出荷戦略からみた大規模レタス産地の性格

次に産地の性格を、先述の出荷先選択以外の出荷戦略も含めて総合的に検討する。ここでは、産地の出荷体制の中心を担ってきた集出荷団体である、JA岩井市・JA川上支所・JA香川豊南の3つの農協を比較する。3つの農協のとってきた出荷戦略をまとめると、レタス出荷開始初期にとった出荷戦略はどの産地も市場開拓であった。産地は出荷市場数と出荷地域の両方を拡大しながら産地のPR活動を市場関係者と消費者に行っていた。1980年代はトラック輸送による長距離出荷が増加し、またコールドチェーン<sup>4)</sup>も開始したことで各農協においても予冷出荷が始まった。また、予約相対取引は1988年にJA川上支所が開始し、1990年代に他農協も開始した。その後、直接販売もJA川上支所が先駆けて開始し、他農協が近年になってそれに続いた。1990年代に入ってからのはどの産地も、「ブランド化」に重点が置かれている。高品質化や産地ブランド化として、有機栽培レタスの取り組み開始、独自の産地ブランド名を付けたレタスの販売、業務用の無包装レタスやカットレタスの出荷が開始された。

このような各産地の出荷戦略から産地の性格をまとめるならば、次のようなことがいえる。JA川上支所を含む川上村の3つの農協は、日本最大の夏秋レタス産地として早期に全国への市場開拓を終え、長距離輸送産地として真空予冷出荷も導入し、日本一の出荷量を誇る大規模産地として広い地域へ出荷している。したがって、JA川上支所は、出荷戦略としての産地のPR活動にはそれほど力を入れる必要はなかったといえる。JA川上支所を含む長野県の夏秋レタス産地の市場占有率は高く、市場関係者への宣伝にそれほど費用をかける必要はない。例えば、他の産地のように独自の産地ブランド名をつけてレタスを販売していないことからそれが伺える。有機栽培レタスの取り組み開始も、他の産地のような市場へのPRというよりも、よりこだわって栽培したいという一部の農家の要望と、こだわった野菜を希望する量販店や外食産業の要望にJA川上支

所が応えたという形である。

また、直接販売の開始や農協におけるカットレタスの生産開始など、早期から大規模な出荷を行ってきたレタス産地として、出荷戦略面において他の産地に先駆けて実現してきた。このように川上村は、レタスの大規模産地のパイオニア的存在として夏秋レタス産地の地位を確立した。広大な農地と多数の専業農家による生産力と、比較的競合産地の少ない夏秋期の出荷は、出荷戦略の計画や実行においては他のレタス産地よりも流通面では非常に有利である。

一方、JA香川豊南の出荷戦略はJA川上支所とは対象的である。1964年に東京市場を開拓してからは、一貫して京浜地域のみへの出荷体制を確立してきた。それ以外の地域における市場開拓は、市場での知名度が上がってきた近年になって行われたものである。これは、冬レタスの競合産地は大野原町の他にも数多く存在し、千葉県や静岡県産地は大野原町よりも東京に近いため有利である。そのような冬レタスの産地間競争を勝ち抜くために、レタス出荷開始初期から産地のPR活動に特に尽力してきた。また、遠距離輸送の品質劣化を少しでも改善するため1981年には真空予冷出荷を導入している。

大野原町は、このように市場評価上昇に特に力を入れて出荷を行ってきた産地であるといえる。その性格は、出荷戦略として他の農協に先駆けて有機栽培レタスの生産を1988年に開始したことからもよくわかる。その後有機栽培レタスに独自の産地ブランド名として「らりるれレタス」を採用した。また産地ブランドの価値を高めるために、香川県産レタスを専用の有機肥料によって生産した「らりるれレタス」で統一し、品質の高さを市場や消費者にアピールした。

このような出荷戦略を積極的にとる理由としては、JA香川豊南は、市場までの輸送距離が長いために輸送費が多くかかる<sup>5)</sup>。したがって、その輸送費を差し引いても十分利益を得ることができない価格を獲得しなくてはならない。そのような出荷戦略を実行してきた結果、JA香川豊南のレタスは他の大規模産地よりも高い価格で取引されている。

この2つの産地と比較すると、JA岩井市は、業務用の無包装レタスへの対応は早かったものの、その他の出荷戦略は他産地が導入した後に、経過を見て導入している。それは4-5月と10-11月の出荷については京浜地域の茨城産レタスの市場占有率は高く、それほど競合する産地はなかったからである。しかし1990年以降、それまでは少量しか生産していなかった12月や3月にも出荷時期が拡大したことによって、冬レタス産地との競合関係が強まった。したがって、JA香川豊南を含めた他産地での有機レタスなどの高品質化のアピールに対抗する出荷戦略が必要になったと考えられる。

このように、他産地の動向を見てから戦略を練るといふ産地の性格は、裏を返せば出荷戦略を必要としなかったともいえる。つまり、大市場の近郊に位置し、生産基盤として広い農地と多数の生産者が存在するという条件の有利さによって、JA香川豊南のような高価格をねらう必要がなかったといえる。他の産地と同様の出荷戦略を始めた現在においても、輸送経費がそれほどかからないことと、輸送時間がかからないことの有利性は、特に農協の出荷戦略に対応する農家の生産体制において伺える。例えば、同じ「朝採りレタス」の取り組みを行っているJA川上支所とJA岩井市であるが、川上村の農家が朝採りレタスの集荷に間に合わせるために午前2時に収穫作業を開始するのに対して、岩井市の農家は深夜からの作業を余儀なくされることはない。また、無理な生産を強要すると後継者がいなくなることから、余裕のある生産体制を農協は意識している。このような生産が続けられることも近郊産地である岩井市の性格であるといえる。



## 5. おわりに

本研究では、出荷戦略から大規模レタス産地の性格を捉えることを目的とした。研究方法としては、出荷量が全国1-3位を占める大規模レタス産地である3つの産地を事例産地として選定し、出荷にあわせて生産するという生産と流通（出荷）の関連性を重視した現地調査を行った。その結果、第一に、様々な出荷先を選択する生産農家の割合は産地によって異なっており、その割合を左右するのは、農家にとって有利な販売ができるかと、どの程度の出荷経費がかかるかであることがわかった。大野原町および川上村は長距離輸送産地であるので、安定した販売を行う農協を選択する農家が多かったが、都市近郊の岩井市では、出荷経費が比較的かからない産地市場を選択する農家も多かった。また川上村では、系統共販による手数料を省くために、大規模な経営を行う農家が農協を離れて個人出荷を行っている事例も見られた。このように、2つの大規模産地で農協以外の出荷先を選択する農家の増加が確認された。農協を中心とした共販体制は、これらの大規模産地において1980年代までは力を持っていた。しかし、量販店が発達し、様々な流通経路が生まれたことで、農家の出荷先選択肢は多様になっているといえる。

第二に、農協や産地市場など集荷者の出荷先の選択割合も各農協によって異なっており、その割合を決定する基準は、市場出荷による代金回収の確実・迅速さ、予約相対取引による安定した出荷先の確保、直接販売による出荷コストの削減のどれを重視するかであることがわかった。岩井市は迅速な支払いを行う産地市場との集荷競争があるため、ほぼ全量を代金回収の確実な市場出荷にしている。大野原町は契約取引のリスクを負っても安定した出荷先を確保するため、予約相対取引や直接販売を重視している。このように大野原町が安定した出荷を求めるのは、高い輸送費をカバーできるような販売実績を確保したいからである。同じく市場が遠い川上村であるが、全国の市場で高い占有率を誇るためそれほど出荷先を確保する必要はない。

このように出荷戦略は、産地の立地条件や生産構造と深く関わっている。特に、大消費地（本研究では東京）からの距離と、大量かつ安定した出荷を行える生産基盤の有無は、農家および集出荷者における出荷戦略の方針決定に強く影響する。また事例産地は、国内レタス生産開始初期から積極的に市場を開拓・占有してきた大規模産地であり、そのような歴史的な面も、後発産地と差をつける要因となっている。

本研究では、先発産地として早期からレタス生産を拡大し、大規模産地となった3つの事例産地について考察した。これらの大規模産地は長くその地位を維持してきたが、連作障害や高齢化、後継者不足といった産地内の生産構造には不安要素もあり、今後さらなる発展の見通しはつかない。また近年、兵庫県や群馬県、九州各県といった後発産地の発達も著しい。このような後発産地が市場を占有している大規模産地に対抗するために、どのような出荷戦略を行っているのかも興味深い。また、レタス以外の野菜産地についても同様に検討することで、国内における野菜流通について産地研究を深めることができよう。それらを今後の課題としたい。

### 【註】

- 1) 本研究での「レタス」は、市場にて大量に取り引きされている葉が結球している「結球レタス」を指すこととする。したがって、サニーレタスなどの他品種のレタスとは区別して論じることとする。

- 2) 主要生産県とは、レタスの年間収穫量が全国平均以上の都道府県であり、またその中でも偏差値55以上の県を「大規模生産県」とした。
- 3) 季節区分は野菜出荷安定法第2条に規定されている。春レタスとは、4-5月、夏秋レタスとは6-10月、冬レタスとは11-3月に収穫・出荷されるレタスとしている。本研究でもこの区分を用いる。
- 4) コールドチェーンとは、野菜などを低温状態のまま生産地から消費者まで届けるための仕組みのことであり、収穫した野菜を低温保存する予冷库、保冷機能のあるトラックでの輸送などによる一連の低温流通機構のことである。
- 5) 『平成9年産青果物集出荷経費調査報告』によると、任意の出荷団体において茨城県の出荷運送料96円に対して、香川県は226円である。

#### 【文献】

- 荒木 一視 (1996) :北海道旭川市における野菜産地の成長-農協の集出荷対応を中心として-、  
人文地理, 48 (5) ; 5-26.
- 太田 理子 (1979) :花き園芸における主産地形成の展開-花き生産配置との関連において-、  
経済地理学年報, 25 (4) , 18-35.
- 加藤 武夫 (1991) :『高冷地野菜-生産環境と流通-』 大明堂
- 河野 敏男・森 昭 (1984) :『野菜の産地再編と市場対応』 明文書房
- 斉藤 修 (1986) :『産地間競争とマーケティング論』 日本経済評論社
- 坂爪 浩史 (1999) :『現代の青果物流通-大規模小売企業による流通再編の構造と論理』 筑波  
書房
- 佐藤 和憲 (1998) :『青果物流通チャネルの多様化と産地のマーケティング戦略 (総合研究叢書  
34号)』 農林水産省農業研究センター
- 尾留川正平 (1979) :『農業地域形成の研究』 二宮書店