

[本部]5. 椎茸主産地形成の今後の展望：大分県を中心として

吉良, 今朝芳
九州大学農学部附属演習林：助手

<https://doi.org/10.15017/1462151>

出版情報：演習林研究経過報告．昭和47年度，pp.60-65，1973．九州大学農学部附属演習林
バージョン：
権利関係：

5. 椎茸主産地形成の今後の展望

— 大分県を中心として —

吉 良 今朝芳

戦後、わが国の産業経済には大変革もたらされたが、椎茸生産もそれをめぐる諸条件に著しい変化をみるに至った。すなわち椎茸の主産地形成の急速な進展である。

ところが近年は①人工造林の進展に伴い原木不足の顕在化、②生産者の増加、生産地域の拡大③生椎茸の生産増加に伴う乾椎茸との競合などが新たな問題となってきた。しかしこれ等の問題を含め、椎茸生産をめぐる社会・経済的な変化には、地域的に大きな差異がみられる。すなわち大分では大きく4つのタイプに分けることができる。タイプごとの特徴は以下のとおりである。

大分県における椎茸生産の地域的特質について検討した結果①椎茸生産の普及度、②椎茸生産量、③椎茸原木蓄積量、④規模別生産者数などの諸指標から、まず椎茸生産成熟地域と未成熟地域に大別し、さらに、成熟地域を気象条件、立地条件などを勘案して「南海的」と「山地的」とに区分した。また未成熟地域にも近年椎茸生産が著しく進展してきている地域と、若干の進展はみられるものの今後大きく伸びる要素を見出せない地域があるので、前者を成熟途上型とし、後者を未成熟型と区分した。

(1) 「南海的」椎茸生産成熟型地域

番匠川流域を中心とする南・北海部の各市町村が包括される地域である。この地域は古くから椎茸生産が盛んであったが、椎茸原木の不足から近年は生産の伸びが停滞的である。生産者数も減少してきている。しかしながら1戸当りの生産規模は拡大の方向にむかっており、1㎡当り収穫量も多い。特徴的な点は原木自給率がきわめて低位であり、購入原木に依存する割合が年毎に高まってきていることである。このため生産費が椎茸1kg当り1,978円と高くなった。つまり原木代の生産費に占める割合は30.9%と労働費(44.5%)につぐ大きさである。とくにこの原木不足は椎茸の継続生産方式の確立にとって、まず最初に解決しなければならない問題である。

椎茸価格は大分県内の他地域に比して高く良質の椎茸が生産されているが、春子の生産が主体であり秋子は少ない。これはこの地域の特性といえようが、しかし、近年は櫓木の回転率を高めるため人工櫓場の設置が進み、撒水施設などを利用した集約的栽培がおこなわれるようになってきている状況から秋子の生産の伸びがみられる。

流通面においては、依然として佐伯市を中心に商人勢力の活躍が活発であり、その上系統に

も、椎茸農協、一般農協、森林組合などが混在していて、この地域のみで、6つの市売市場が開設されている。

(2) 山地的椎茸生産成熟地域

この地域は筑後川上流地域と山国川の上流地域とを包括する日田、玖珠、下毛の各市町村である。この地域の椎茸生産は(1)の地域と同様に古くから盛んにおこなわれてきているが、その生産構造には大きな相違点が見出される。すなわち①椎茸生産量の伸び、②椎茸生産者の増加が前者に比していずれも高い。また、③原木自給率も非常に高く、④原木確保のため「椎茸部分林」という新制度をもっとも早く活用したのも本地域である。

しかし本地域でも、原木の確保が大きな課題となり、椎茸部分林の設置やクヌギの原野造林が盛んにおこなわれているが、その反面国有林におけるスギ・ヒノキの人工造林化の進展、大規模農林業開発によって椎茸原木林はつぶされつつある。

100kg以下の零細な生産者は20.8%と少なく、比較的生産規模の大きい生産者が多いこともこの地域の特徴といえる。しかし小規模の生産者の協業生産でふれたとおり、林業構造改善事業をスプリング・ボードにして協業をおこなっている生産者グループについては今後の成果に注目すべきものがある。

すなわち従来の椎茸生産では、完全協業の育成が困難視されてきたが、本地域に新しいタイプの協業体が生まれている。勿論この協業体は先にも指摘したごとく多くの問題がある。またこのほかに記帳技術や経営診断の不十分さは残されている。そこで国および自治体は協業体を育成するために今以上の重点投資と指導が必要である。

一方、流通の一般的概況をみると、本地域も(1)と同様に、多様な流通経路と構造である。とくにこの地域は熊本県(小国地方)、福岡県(筑後・豊前地方)などとも関連していて、複雑である。それに他県の系統機関で集荷した椎茸が、業者市場に出荷販売されているなどして、さらに流通構造を複雑にしている。

こうした業者市場への出荷は、生産規模の零細な生産者のみでなく、比較的規模の大きい生産者も含まれている。これらの生産者は生産資金の貸借関係で強く結びついている場合が多いようである。

(3) 椎茸生産成熟途上地域

大野川流域の市町村に直入町を加えた地域である。この地域でも一部の町村においては、古くから椎茸生産がおこなわれていたが、しかし全域的に農民生産が定着するのは、戦後とくに製炭の潰滅した1960年代に入ってからである。

この地域の第1の特色は、原木林が多く、県全体の総蓄積の27%が集中していることであ

る。しかし近年椎茸生産者が増加したため、これでも原木は不足している。

第2の特色は、年間100kg以下の零細な生産が全体の47.8%と圧倒的に多い。1戸当り年間生産量も181.9kgで県平均の224.2kgを下廻っている。こうした零細な生産者を今後どのようにして継続的生産方式の経営にもっていくかが、この地域でのもっとも重要な課題であるといえよう。

また流通構造はこれまで椎茸農協に一元化されていたが、近年系統では一般農協が集荷販売を開始し、これに零細ながら業者系の市売市場が竹田市と三重町に開設されている。こうしてこの地域でも流通構造に変化がみえはじめている。

(4) 椎茸生産未成熟地域

この地域には国東半島を中心とする市町村が含まれる。この地域の椎茸生産は、気象や立地条件の不利な環境から1958年以降になって本格化している。しかし、その生産の相対的比重は現在でもなお低く、今後も現状維持程度で推移し飛躍的發展はあまり期待できない。この地域の特色は、他地方からの入り込みの生産者が比較的多いこと、これらの生産者が担い手となって椎茸生産を普及したといわれているほどである。とくに国見、国東町などでは事業的生産者が多い。したがって農民への普及度は11.4%と県平均の10.8%をわずかに上廻っている程度で、他の主産地に対比してきわめて低い。

以上、地域的特徴をタイプ別に整理したが、結論的にいえることは、4つのタイプそれぞれに、発展段階が異なるごとく、そこに内在する諸問題も違っていて、しかも複雑である。しさがってこれらの問題点を解決するためには、地域の実態に即した方策がとられるべきであろう。

今後の需給の動向は林野庁が1968年4月に発表した「椎茸原木需給の現状と見通し」によると、生産量はますます増大の方向にある。この傾向にともなって、今後は産地間競争の激化が予想され、産地側ではこれに対応してコスト・ダウンを図るための生産基盤整備の促進や協業による規模の拡大と安定した経営、マーケティング戦略の展開などが当然必要となつてこよう。

1. 生産や経営構造の改善

椎茸は豊凶の波が著しく、作柄の不安定な商品としての特性が今日なお続いている。しかも価格の上昇はあまりみられず、また今後も上昇への見通しは暗い。にも拘わらず経営費の方は作柄、価格の如何にかかわらず、1966年以降上昇につぐ上昇が続いている。この経営費は1969、70年には57%にも達している。ことに豊作で、しかも価格が堅調であった1971年をみても経営費率は40%と高率になっている。このような傾向が続くと、経営は赤字にな

り継続的な経営の発展が望めなくなる。こうした動向に対応する産地側の方策は、コスト・ダウンを図ること以外に考えられない。

椎茸1kg当りの生産費は近年著しく上昇し、大分県椎茸増産対策協議会の「椎茸経営事例調査」の結果をみると、71年には県平均が1,968円となっている。このうち労働費の占める割合は39.0%（767円）である。こうした生産費の上昇の原因は第1に労働費（労賃）の上昇、第2に原木価の高騰、第3に資本装備の高度化に伴う減価償却費の増加などが主なものである。なかでも大きな比重を占める労働費の構成比は椎茸を主とする農家層がもっとも大きく44.5%であり、ついで椎茸の専門的農家層の38.8%、もっとも小さいのが椎茸を従とする農家層の23.5%となっていて、その格差は大きい。しかしこれらの格差も地域の経済構造の差異に、大きく影響している。

また生産規模別動向をみると、事業的および専門的な大規模生産グループは、継続生産方式が定着していて、経営のもっとも安定した層である。しかし規模の拡大は①原木の不足と原木価の上昇、②雇用労働力の調達困難化と労賃の高騰などが主な原因となって停滞的である。

椎茸生産を主とする専門農家は、生産規模を年々拡大してきており、栽培意欲も旺盛で、しかも労働生産性が比較的高い層である。こうした動向から今後はこの層が量的に増加し、椎茸生産の担い手グループを形成するものと考えられる。

椎茸生産者の過半を占める「椎茸を従とする」農家層は生産規模が零細であり、経営内では椎茸部門は副次的な位置づけから椎茸1kg当りの投下労働量も他の層に比して少ない。したがって生産規模を積極的に拡大している農家は少なく、むしろ現状維持がやっとならざるを得ない。

以上の動向からみて、今後は労働生産性を高める方向での経営構造の改善が要請される。その方策には、例えば先に検討した協業方式の導入や原木対策として安定した供給体制の確立に取り組むべきであろう。

2. 流通構造の変化と椎茸農協の役割

椎茸の生産高は年々増加し、このうち93.87%が商品化されている。つまり生産された椎茸のほとんどは市場に出荷されていることを意味している。いままでもなく、その流通市場がどうなっているかは、椎茸生産者にとってきわめて重要なことである。

流通問題を考える場合、その前提として椎茸を生産している個々の農民の経営方式、経営規模および農民の集団がどのような条件をもっているかが問題となる。この問題はこれまでの実態分析で明らかにしたとおりである。つまり椎茸生産は商品特性から①生産の単位は零細であり、一般に個別経営での複合経営が主体を占めており、事業的な経営や専門的大規模経営はき

わめて少ない。②季節的な生産物であり、作柄の豊凶が著しく、需要の季節性も強いことなどから生産者団体の活動はきわめて特徴的である。したがって結論的には、生産者の多様性からその集荷販売体系も画一的なものは少なく、主産地の社会的経済的条件の相違を背景に、特徴的な市場が形成され、発展してきている。例えば大分県では経済主体として古くから大分県椎茸農協が存在する。

椎茸農協は、前期的商業資本・高利貸資本の生産者に対する圧迫の対抗手段として発生したものである。したがって本質的には組合を設立することによって従来、商業資本・高利貸資本の獲得していた商業利潤は組合員の手に還元される。すなわち組合は経済活動を営むことによって組合員がこうむる不利益を克服し、永続的により大きな利益を与えるものであることが必要である。

組合の経済活動は主として流通過程における経済活動であり、流通面における優位性の確保が重要な要素となる。こうした面から大分県椎茸農協をみると、これまでたびたび述べてきたごとく、最近まではまさに椎茸の流通面において独占的地位を確保してきたといえよう。この背景には種駒の普及や乾燥技術の指導、合理的な販売政策があったことを見落してはならない。しかし、わが国の資本主義経済は戦後著しく発展し、市場構造もまた著しく変化してきている。

こうした一般の市場構造の変化は椎茸の流通構造にも強く影響してきている。例えば椎茸の需要は、①輸出段階から内需段階へと、②香信系の薄葉物から厚葉物へ、③生椎茸の著しい伸びに伴う乾椎茸との競合、④レジャー化による外食需要の増加など大きく変化してきている。これに伴って生産者の増加、生産地の外延的拡大などが流通構造を大きく変化させつつある。

こうしたなかで消費地を中心に存在していた椎茸専門問屋は近代的大商社資本のもとに系列化されつつあり、また先にも指摘したごとく産地問屋は市売市場を独自に開設して、仲買人（小買）と密接に結合して、集荷力を強めている。さらに外部資本による椎茸生産への垂直的結合も数は少ないがみられるようになった。こうした市場構造の変化は、一方森林組合や一般農協の椎茸出荷販売事業への進出も一部にみられる。

しかし、椎茸農協はもともと椎茸生産を中心に集まってできた同志的結合であり「椎茸生産」が存続するかぎり、如何なる時代にも、その必然的合理性追求が可能な組織体であるといえる。

大分県椎茸農協は、これまで数多くの新しい技術を導入し、普及してきた。とくに品種の選択、乾燥技術、経営指導には、もっとも力を注いだところであろう。この結果が集荷販売力の強化につながったといえる。しかし近年、組合組織が大きくなるにつれて、組合員からの諸要求も多くなり、生産・経営・集荷・販売さらには税務の問題など各般にわたる難問がなげかけられる。これらの諸問題はいずれも深く専門的に入ることなしには解決できないものである。

なかでも現時点で流通面において早急に検討すべき重要な問題はつぎのとおりである。

(1) 集荷・販売体制の抜本的改革

現在の集荷・販売体制では生産地域の外延的拡大・生産者の増加などからみて大量生産大量消費の時代に対応できなくなっている。そこで第1に、生産者からの要望の強い商品の出荷→販売→代金の精算までの期間を短縮する方策を検討すること、第2に集荷・販売諸経費の節約を図るための新しい集荷販売体制を考えることなどである。

(2) 入札制度の近代化

大手商社から数十年來の入札制度が改善されていないのは時代錯誤だ、という意見がある。この具体的内容についてはよく検討しなければ結論はだせない。しかし現在の一箱毎の入札制度では早晚処理できなくなるであろうし、商社から指摘されるまでもなく非近代的である。何等かのかたちで、商品規格をもうけ、見本取引などが可能な方法に改善されなければならない。

(3) O.S.K マークでの直販方式の拡大

国内消費の伸びは目覚ましい。しかし一般家庭での消費量は依然として少ない。とくに海外市場においては、O.S.Kのブランドは定着しているといわれているが、国内では一部の専門商社・問屋などが知っている程度で、大多数の一般消費者はO.S.Kの名すら知らないのである。確かに椎茸農協では直販所をもうけて細々と販売活動をおこなっているが、消費宣伝の効果はきわめて少ない。今後は消費宣伝に力を注ぐ必要がある。

以上のような新しい諸問題を、現在の構成員と組織でもって解決していくことが、経済環境の著しい変化のなかで、本来的目的に即した組合員（生産者）の利益を守ることに結びつくであろう。またO.S.K近代化促進協議会大分県椎茸産業振興対策協議会などの討議検討結果による各種の答申を行政・経済主体の両面から協力的に順次実行に移すことが、椎茸産業の発展につながる道でもある。