

農産物直売店の域外進出による農村の活性化

—— 愛媛県西条市の水都市の事例 ——

篠 原 重 則

I 緒 言

農産物が農村の生産者から都市の消費者に流通する方式は、中央卸売市場、地方卸売市場などの卸売市場を経由して流通するのが、主体であった。しかしながら近年は市場外流通とよばれる、卸売市場を経由することなく流通する生鮮食料品の比重が増しているといわれている^{1),2)}。その市場外流通のなかで、近年注目されているのは、地方自治体や農協などが直売施設を開設し、そこで農村の生産者が都市の消費者に、野菜・果実などを直接販売する直売方式の増加していることである。

このような直売施設については、農水省の本庁³⁾や、各地区の農政局などで、その実態把握にのりだしている^{4)~7)}。

しかしながら、全国を通して統一的指標にもとづく農林水産物の直売施設・直売活動に関する実態調査は、農林水産省の消費統計室において、2004年度にようやく実施され、2005年5月にその概要⁸⁾が公表されたところである。農林水産物直売に関する官庁統計が遅れたのみでなく、農林水産物直売に関する研究者の全国的研究組織も2005年3月にようやく結成された状況である。

農産物直売に関する研究は、1990年代になって盛んになるが、その直売事業が各県の農業普及所の生活改善運動の一環として取りあげられた事例が多かったので、普及員あるいはその関係者の研究として取りあげられたものが圧倒的に多い^{9)~14)}。その研究を通読すると、①流通論の視点を重視した研究、②

小売業・マーケティングの観点を重視した研究、③消費者の行動の観点を重視した研究、④交流拠点・グリーンツーリズムを重視した研究に大別できるが、堀田学が指摘しているように、直売事業が農村地域の活性化にどのように寄与しているかの視点に乏しいといわれている。

地理学の分野で農産物直売を手がけた研究としては、鷹取泰子・岡橋秀典などの論考がみられる。このうち鷹取の研究¹⁵⁾は、埼玉県の115ヶ所に及ぶ農産物直売所の立地展開とその類型化を試み、さらに都市近郊型と観光地型の農産物直売所の地域特性を対比している。一方、岡橋の研究¹⁶⁾は主として中国・四国地方の農産物直売所の成立の背景をさぐり、さらに東広島市での実態調査によって、農産物直売所の類型区分を行い、その存立基盤を究明しようとしている。両者の研究は、農産物直売についての地理学の研究に先鞭をつけたものとして評価されるが、先述の農業研究者の研究同様、直売事業が地域社会の活性化にどのように連動したかの点は十分に解明しているとはいいがたい。

筆者は元来、過疎山村の研究を専門としてまた地理学徒である。当初は四国山地の過疎山村の変容と集落の再編成が、その山村の地域特性との関連のもとにどのように進展していったかに興味を覚えていたが¹⁷⁾1990年代半ばからは過疎山村の活性化をいかに図るべきかに関心が向かって行った¹⁸⁾山村を探訪するなかで、過疎と高齢化に悩む山村のなかで、最も活況を呈しているのは、農産物の直売所とそれに参加している農家であるとの認識に至った。1990年代末から2000年当初に行った愛媛県日吉村¹⁹⁾と中山町²⁰⁾の農産物直売と山村の活性化に関する研究はその認識のもとに始めた研究の一部である。2003年度より科学研究費の交付を受けて実施している「農林水産物直売事業による農山漁村の活性化」に関する研究^{21)~24)}は、このような認識のもとに推進している研究であり、本研究もかかる研究の一環をなすものである。

今回報告する西条市の水都市^{すいといち}は、2004年度の販売額が6億円に達し、愛媛県下屈指の販売額を誇る。その販売活動を見ると、西条市の水都市本店は38%であり、域外の出店や量販店の買い取り（インショップ）が多く、直売活動の

域外進出に特色を有するといえる。今回の報告目的は、直売活動の地域特性の解明と水都市活動の特質がどこに由来するかの解明にあるといえる。

Ⅱ 西条市の地域特性

西条市は愛媛県東部の人口 11.7 万の都市であり、2004 年の近隣市町との合併以前の旧西条市は人口 5.9 万の都市であった。旧西条市は藩政時代の親藩松平氏 3 万石の城下町に起源し、明治維新以降は東予の行政と教育の中心都市²⁵⁾であった。旧西条市の市街地は関西の最高峰石鎚山（1,982m）に源を発する加茂川の形成する沖積平野に立地するが、市街地の各地に地下水が自噴し、水



写真 1 西日本の最高峰石鎚山（1,982m）
（1987 年 11 月）
遠景は石鎚山，手前は石鎚の登山口に
当たる西条市新兵衛の港



写真 2 加茂川の清流，谷口の部分
（2005 年 5 月）

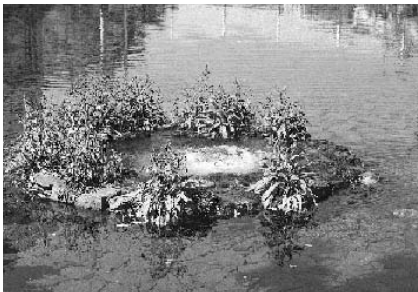


写真 3 アクアトピアの水源観音池の自噴水
（2005 年 5 月）



写真 4 アクアトピアの水源観音池
（2005 年 5 月）



写真5 観音水の湧水モニュメント
(2005年5月)
手前の湧水モニュメントは石鎚山に
発する清流をイメージ



写真6 アクアトピアの陣屋堀の噴水
(2005年5月)
左端は陣屋跡にたたずむ西条高校

の都として有名である。1985年には地下水の自噴するうちぬきが、環境庁より全国の名水百選に選ばれ、同年には建設省から「アクアトピア」に指定され、1986～89年の間には親しみのある水辺景観づくりのもとに、11億円の巨費を投じて観音水系^{かんのん}の整備がなされた。観音水系の整備事業については、図1に示すが、上流から湧水ゾーン、流水ゾーン、遊水ゾーン、景水ゾーン、静水



図1 アクアトピアの整備地区—観音水系—

注) 西条市役所資料(アクアトピアのまち西条「うちぬき」その煌めきを永遠に、名水ワク湧くマップ)と実地調査によって作成



写真7 名水百選に選ばれたうちぬき
(2005年5月)



写真8 水都市前の自噴水 (2005年5月)

ゾーンを設け、噴水や湧水モニュメント、花時計、親水デッキ、親水階段、遊歩道を設けて、来訪者が水辺環境を楽しめるようにしている。農協直営の水都市も整備された観音水系の水辺量観の一角にある。

良質の地下水に恵まれていることは、化学繊維や集積回路、ビール工業などの立地を促し、東予新産業都市の一角に位置していることもあり、西条市を愛媛県第3位の工業都市²⁶⁾に成長させた。

西条市の農業は、加茂川河口に広大な禎瑞の干拓地のあるところから、県下屈指の大規模稲作農業²⁷⁾を展開させたが、東予の臨海工業地帯に接するところから、第二種兼業農家の比率が高く²⁸⁾、農業後継者の減少も著しい。したがって、直売品として需要の高い野菜や果実の栽培に好適な地域でない点とも併せて、西条市は農産物の直売地としては、決して有利な条件に恵まれているとはいえない。

Ⅲ 水都市の設立と発展

(1) 青空 100 円市からときめき水都市へ

西条市農協直営の水都市^{すいといち}は1991年3月に発足した「青空 100 円市」に始まる。当時は各市町村の生活改善運動の一環としての農産物直売所が各地に誕生しだすところであった。1990年11月西条市農協女性部の役員研修会で鳥取市に

おもむき、農産物直売所「100円市」を見学したのが、西条市の「青空100円市」発足の動機となる。会員を募ったところ60人の有志が集まり、農協の倉庫前の広場（現在の水都市の場所）で共販品と競合しない自家菜園の余剰野菜を販売しだしたことが契機となる。出荷会員は「青空100円市」専用の預金口座を開設したことから、会員は次第に増加する。設立当初は、商品チェック、会場の整理、手計算レジの管理も全て会員の当番の分担となったので、会員の負担は莫大なものとなる。最も困ったのは雨天時の会場管理であった。窮状を組合長に直訴すると、農協理事・西条市長と協議の結果、テント張りの常設店舗が建設されることとなった。建設場所は西条市農協の所有地で、従来の「青空100円市」の開催されていた場所で、そこはアクアトピアの観音水系に沿う場所でもあった。

常設店舗の建設地の敷地面積は1,298m²、建築面積は164m²、事業費は2千万円余²⁹⁾であった。常設店舗の開設と共に直売店の名称は「ときめき水都市」³⁰⁾となった。建設時は1995年9月であり、以後直売所水都市は西条市農協の直営となった。

(2) 会員の分布

水都市の会員数は水都市が農協直営店となった1995年度は180人、1997年度には425人、2000年度には658人となり、2004年度には783人と推移している。図2はその2004年度の会員の地区別分布を示している。会員数の多いのは神戸かんべと神拝かんばい地区、それに橘・氷見地区である。前者は加茂川流域の砂質土壌の堆積地であり、従来からの野菜栽培が盛んな地区であったが、後者は中央構造線の北側に平行して走る岡村断層崖下の崖錐状の台地が広がり、畑地にビニールハウスを設置し、ナス・キュウリなどの施設野菜が多い。

これに対して加茂川下流の禎瑞地区うずいと渦井川下流の玉津地区などは、近世の干拓地が広く、低湿な水田の多いところから、野菜や果樹の栽培に不利なところであり、農家1戸当たりの耕地面積が広いわりには、会員数が少ないといえ

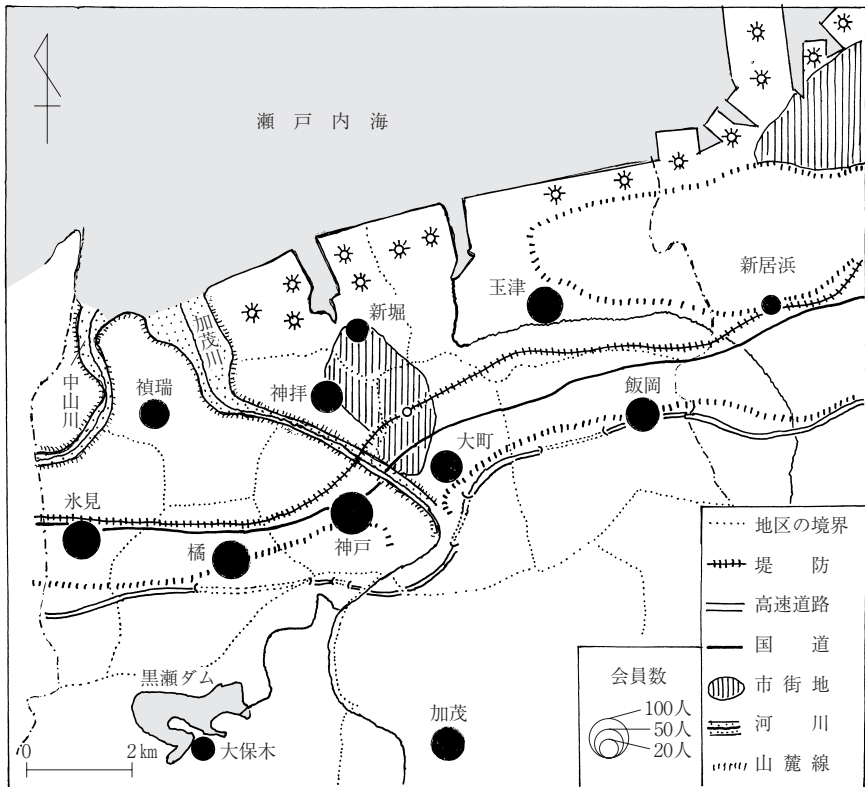


図2 水都市の地区別会員数の分布 (2004年)

注) 西条市農協資料によって作成

る。また加茂川上流域の大保木・加茂地区は1956年(昭和31)に西条市に合併され、以後急激に農家戸数と農家人口が減少した過疎地域であり、農業労働力の不足から、野菜などの水都市への出荷余力に乏しい地区といえる。

(3) 水都市の発展

西条市は近世の干拓地が广大で、愛媛県随一の米作農業地帯であった。米作の裏作としては麦作も盛んであり、ほかに加茂川流域の砂質土壌を利用したホ

ウレンソウ栽培などに特色があった。西条市農協は、その西条市の農作物を集荷・販売する機関であった。表1は水都市が農協の直売店となって2年目の西条市農協の受託販売取扱額の内容を示すものであるが、これによると農協受託販売額の62%は米であり、ほか麦・大豆等が9%、ホウレンソウなどの野菜が27%であり、この三者で98%を占めている。

表1 西条市農協の受託販売取扱額の内容
(1996年)

	取扱高(千円)	比率(%)
米	1,372,180	61.7
麦・豆・雑穀	209,843	9.4
野菜	605,553	27.2
果実	744	0.03
花卉・花木	32,364	1.4
畜産物	3,047	0.1
計	2,223,731	

注) 農協資料より作成

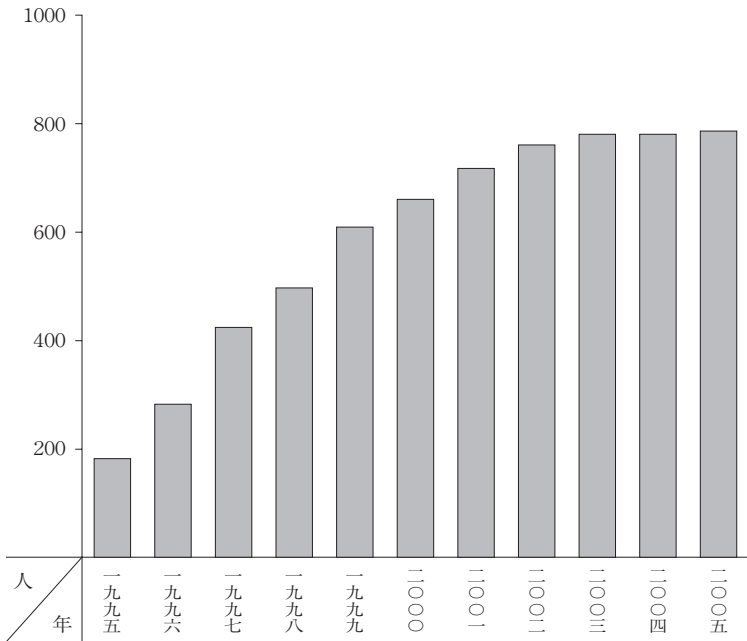


図3 水都市会員数の推移

注) 西条市農協資料より作成

米価が低迷するなかで、1995年から農産物直売所水都市の活動が活況を帯びるが、図3は水都市が農協直売店として再出発して以降の水都市の会員数の増加を示す。会員数は1995年180名が、8年後の2003年には4.2倍の760人に達している。

図4は水都市の販売額と農協共販の野菜の販売額を示しているが、水都市結成年の1995年でみると、農協共販6.1億円に対して、水都市の販売額は7,300万円であり、農協共販の野菜出荷額100に対して、水都市の販売額は12に過

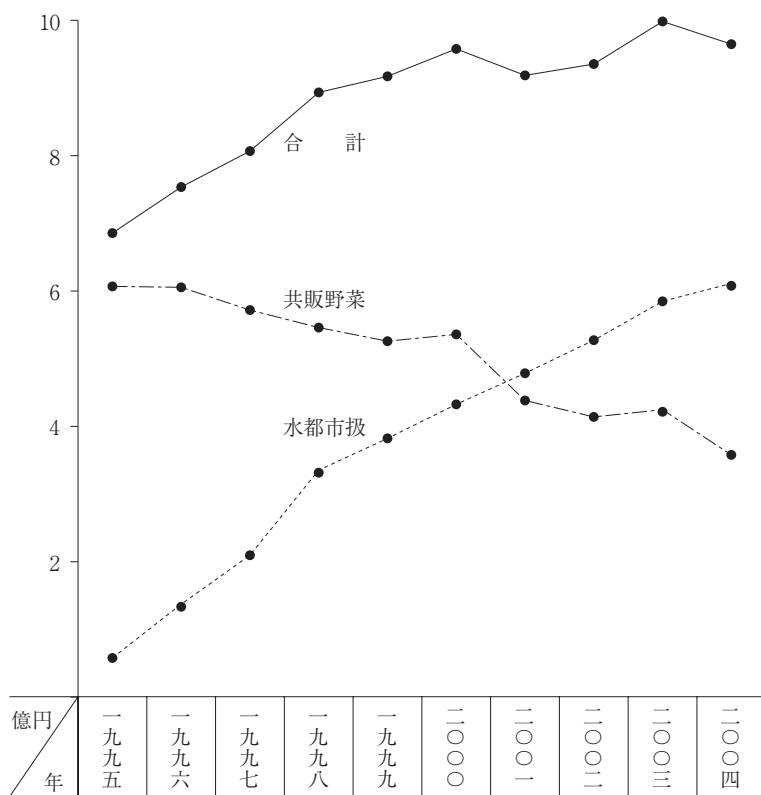


図4 西条市農協共販野菜の販売額と水都市の販売額の推移

注) 西条市農協資料より作成

ぎない。ところが農協共販が停滞するのに対して、水都市の販売額は逐年増加し、2004年現在では、水都市の販売額100に対して農協共販の野菜販売額は61に過ぎなく、その地位はまったく逆転したといえる。

表2は、水都市の略史を示すが、水都市は西条市農協の本庁に隣接する本店のみの販売にこだわらず、1996年から2001年の間に



写真9 水都市本店の直売所（2005年5月）

表2 水都市の歴史

年 月	事 項
1991年3月	農協婦人部による「青空100円市」を開催（農協会館前広場）
1995年10月	農水省補助事業にて常設直売所建設、「ときめき水都市」と命名
1996年10月	水都市2号店「西条市飯岡店」開設（簡易建物）
1998年1月	水都市3号店「新居浜店」開設（スーパーマーケット駐車場における簡易テント）
1998年10月	水都市4号店「新居浜喜光地店」開設（スーパーマーケット駐車場におけるプレハブ造り）
1999年3月	水都市5号店「松山市富久店」開設（ホームセンター駐車場におけるビニールハウス）
1999年12月	水都市6号店「今治市上徳店」開設（スーパーマーケット駐車場における簡易テント）
2000年1月	第9回「愛媛農林水産賞」受賞
2001年4月	水都市「松山市天山店」開設（本格的直営店舗）
2001年6月	インショップ開始（スーパーフジの川之江・新居浜・西条の各店舗内）
2002年6月	水都市「西条市飯岡店」閉鎖、「西条市武文店」開設（西条市農協施設武丈の湯の隣）
2002年8月	水都市8号店「新居浜市大生院店」開設（スーパーマーケット駐車場内）
2003年3月	水都市9号店「今治市喜田村店」開設（生協コープえひめの店舗内）
2004年11月	水都市「今治市馬越店」開設（生協コープえひめの店舗内）
2005年3月	水都市「今治市立花店・郷店」開設（今治市農協の各店舗内）

注）西条市農協資料・現地調査によって作成

西条市内のみでなく、新居浜市・今治市・松山市に相次いで出店し、さらに西条市・新居浜市・川之江市（現四国中央市）のスーパーフジに青果物の買い取りをさせていることである（これを水都市ではインショップと呼称している）。スーパーマーケットに一定量を買収らせる方式は群馬県かんらの甘楽・富岡農協にその手法を学んだという。このような直売店の域外進出を推し進めたのは西条市農協の久門忠夫組合長³¹⁾の企業家精神の旺盛さによるといえよう。

(4) 水都市域外進出と集出荷形態

水都市の域外進出については、前節で述べた。水都市の直売店とスーパーフジのインショップの売上額の合計は、2004年現在6億100万円に達するが、このうち直売店の販売額の合計は5億6,211万円（94%）であり、インショップ

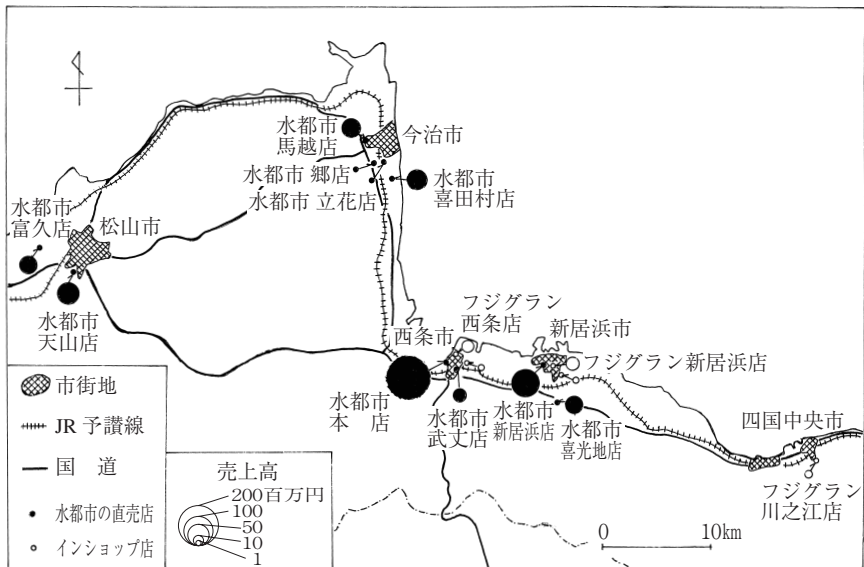


図5 水都市の域外進出状況（2004年）

注）西条市農協資料より作成

プの販売額は3,886万円(6%)³²⁾である。水都市本店の販売額は2億2,736万円(全販売額の38%)であり、水都市は西条市以外の域外の販売額が大きいのが特色であるといえる。

図5は2004年現在の水都市の域外進出状況を示すものである。西条市には水都市の本店がある以外に西条市農協直営の武丈店もある。西条市には他に、フジグランの西条店とフジ玉津店があり、インショップ形態で青果物を出荷している。東予最大の人口を誇る新居浜市には、新居浜店と喜光地店がある。新居浜店はスーパーマーケットのサンライフの駐車場に簡易テントを設営しての営業であり、喜光地店はかつて別子銅山を控えた新居浜の古い商店街であった。ここはスーパーマーケットのサンライフが撤退後、喜光地の商店街が街の活性化のために受託して運営している。インショップとしては、新居浜の都心にあるフジグラン新居浜店と国領川東部のフジ東田店に野菜を出荷している。四国中央市には、川之江地区のフジグラン川之江店に、インショップ形態で野菜を出荷している。

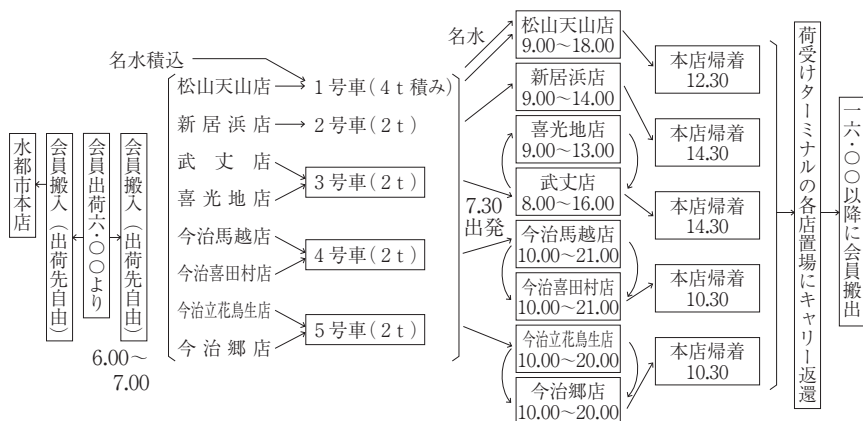


図6 水都市会員の野菜・花卉・果物の出荷・搬出システム(2005年)

注) 水都市本部聞き取り調査によって作成

今治市では生協コープえひめ喜田村店に2003年に
出店し、翌年には生協コープえひめ馬越店^{うまごえ}にも出店している。2005年からは今治市農協Aコープ店内に、今治市立花鳥生店と今治市郷店に出店している。

松山市は県都として人口47万人（2000年）を誇るが、ここには市街西部にスーパーマーケットの駐車場に富久店を開設していたが、2004年に撤退し、2001年に市街南部に開設させた直売店^{あまやま}の天山店のみとなっている。

会員の野菜・花卉などの出荷形態、域外店への搬出システムはどのようになっているのでしょうか。図6と写真10～14は、その出荷搬出システムを示すものである。各会員の水都市への野菜・花卉などの出荷はすべて水都市の本店で行う。出荷品に貼付するバー



写真10 水都市本店への早朝の出荷風景（2005年5月）



写真11 水都市本店の域外店へ出荷するトラック群（2005年5月）



写真12 水都市本店の域外店へ出荷するトラック前の農家のキャリー（2005年5月）

右は、西条市農協の久門忠夫組合長

出発する。各トラックは午前中または正午過ぎには、前日出荷した各店舗の売れ残りの残品と空箱を回収して本店に帰着する。各出荷農家は 16.00 以降にその残品と空箱を各自で回収する。なおインショップの出荷物は国道 11 号沿いの神戸にある集荷場から出荷される。

水都市の各店舗における売上金の配分比率は、表3に示す。水都市直営店は、農協の手数料は15%であり、出荷農家の手取りは85%である。各スーパー・今治市農協・生協コープえひめの各店舗に出荷するものは、西条市農協の

	本 店	武 丈 店	新橋浜店	新栄地店	天山店	商 品 計 計	全 日 工 務
1	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
2	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
3	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
4	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
5	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
6	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
7	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
8	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
9	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
10	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
11	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
12	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
13	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
14	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
16	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
17	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
18	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
19	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
20	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
21	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
22	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
23	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
24	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
25	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
26	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
27	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
28	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
29	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
30	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
31	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
32	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
33	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
34	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
35	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
36	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
37	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
38	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
39	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
40	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
41	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
42	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
43	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
44	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
45	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
46	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
47	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
48	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
49	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
50	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
51	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
52	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
53	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
54	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
55	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
56	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
57	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
58	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
59	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
60	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
61	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
62	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
63	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
64	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
65	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
66	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
67	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
68	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
69	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
70	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
71	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
72	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
73	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
74	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
75	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
76	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
77	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
78	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
79	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
80	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
81	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
82	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
83	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
84	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
85	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
86	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
87	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
88	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
89	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
90	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
91	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
92	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
93	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
94	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
95	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
96	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
97	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
98	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
99	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
100	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

写真13 水都市に掲示されている各水都市出荷量と販売量（2005年5月）



写真14 水都市本店で、出荷会員を激励する久門組合長
早朝 6.00 すぎ (2005 年 5 月)

表 3 水都市各店舗における売上金の配分割合

各 店 舗 名	配 分 割 合			備 考
	各 店 舗	農 協	出荷農家	
水都市直営店		15%	85%	残品持ち帰り
フジ(インショップ)	23%	7%	70%	全品買い取り
スーパーの駐車場店舗	10%	5%	85%	品物管理, レジ係雇用
新居浜喜光地店 (商店街経営)	10%	5%	85%	商店街品物管理, レジ係雇用
今治の生協店舗	10%	5%	85%	残品持ち帰り
今治の農協店舗	10%	5%	85%	残品持ち帰り

注) 聞き取り調査によって作成

手数料が5%, 販売を引き受けている各店舗が売上金の10%を取得し, 出荷農家の手取りは85%である。但し品物の管理とレジ係の雇用は各店舗の責任においてなされる。スーパーフジのインショップは, フジの各店舗が販売額の23%を取得し, 西条市農協の手数料は7%, 出荷農家の手取りは70%である。出荷農家にとっては, 全品買い取られるのが利点である。インショップの販売物の価格については, 事前に西条市農協とスーパーフジの担当者の協議によって前もって決定される。

Ⅳ 水都市の顧客の発地とその動向

(1) 水都市本店

2005年5月3日(憲法記念日), ゴールデンウィークの最中に水都市本店を訪れる顧客の発地とその動向をさぐるため, ランダムに選んだ50人に面接聞き取り調査を試みた。表4はその際に調査を試みた来訪者の属性を示すものである。

来訪者の年齢層をみると, 50歳代から70歳代の中老年層が78%を占め, 50歳未満の者が18%に過ぎず, 50歳未満の者が少ないのが特色といえる。来訪形態をみると, 個人と家族づれで来訪するものが圧倒的に多い。利用交通機関をみると, 自家用車と自転車で来訪するものが, 併せて90%にも達する。

表4 西条市水都市への来訪者の属性と来訪形態 (2005年)

① 性別			
男	19 (38.0)	女	31 (62.0)
② 年齢			
19歳以下	0	50～59歳	15 (30.0)
20～29歳	1 (2.0)	60～69歳	14 (28.0)
30～39歳	2 (4.0)	70～79歳	10 (20.0)
40～49歳	6 (12.0)	80歳以上	2 (4.0)
③ 来訪形態			
個人	26 (52.0)	友人	1 (2.0)
家族	23 (46.0)	隣人	0
④ 利用交通機関			
徒歩	1 (2.0)	自家用車	37 (74.0)
自転車	11 (22.0)	バイク	1 (2.0)

注) 面接聞き取り調査 (2005.5.3)
 () 内は回答者総数 50 に対する百分率

来訪者の発地をみると図7に示すように、西条市内から来訪したものが多く、70%を占め圧倒的に多い。図郭内では新居浜市域が18%を占め、図郭外では松山市とその近郊、今治市、県外などに12%を数えるのみで、水都市の来訪者の発地は極めて狭いことが、特色である。

来訪者に水都市訪問の目的を尋ねると、水都市で新鮮で安価な農産物を購入するのが目的で、観光の途次に水都市を訪れるものはほとんどいない。水の都として有名な西条市内のう・ち・ぬ・き井戸やアクアトピアの親水公園も、車窓から眺める程度であり、そこにわざわざ立ち寄る者はあまり見られない。

このようにみると、水都市本店を訪れるのは、西条市内の市民で、水都市で新鮮で安価な野菜・花卉などを買い求めるために来るのであり、ゴールデンウィークの最中とはいえ、近隣の観光地を訪問する途次に水都市に立ち寄るような来訪者はほとんどいないといえる。ここに都市化の進展した東予の農産物直売所を訪問する者の特色がよく表れているといえよう。

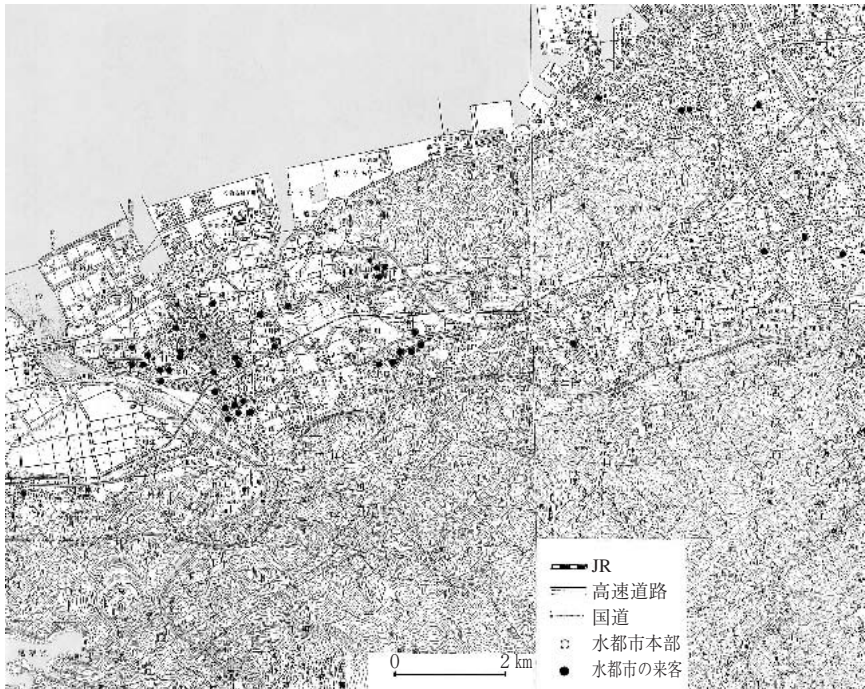


図7 水都市本部の来客の分布（2005年）

注）実地調査によって作成（2005年5月3日）

地形図は5万分の1「西条」（平成8年修正版）「新居浜」（平成9年修正版）による

(2) 新居浜店・喜光地店

新居浜市には、スーパーマーケットの駐車場に簡易テントを設営した新居浜店と、商店街が経営している喜光地店がある。その両店の水都市の顧客の発地とその動向については、2005年6月12日(日)の午前中にランダムに選んだ25人の顧客に面接聞き取り調査を試みた。

図8は新居浜店の顧客の発地を示す。これによると25人の顧客は、いずれも新居浜市域からの来客であり、うち16人（64％）は店舗から2km以内に居住する住民であり、顧客の来訪圏は狭いといえる。顧客のなかには、早朝は食

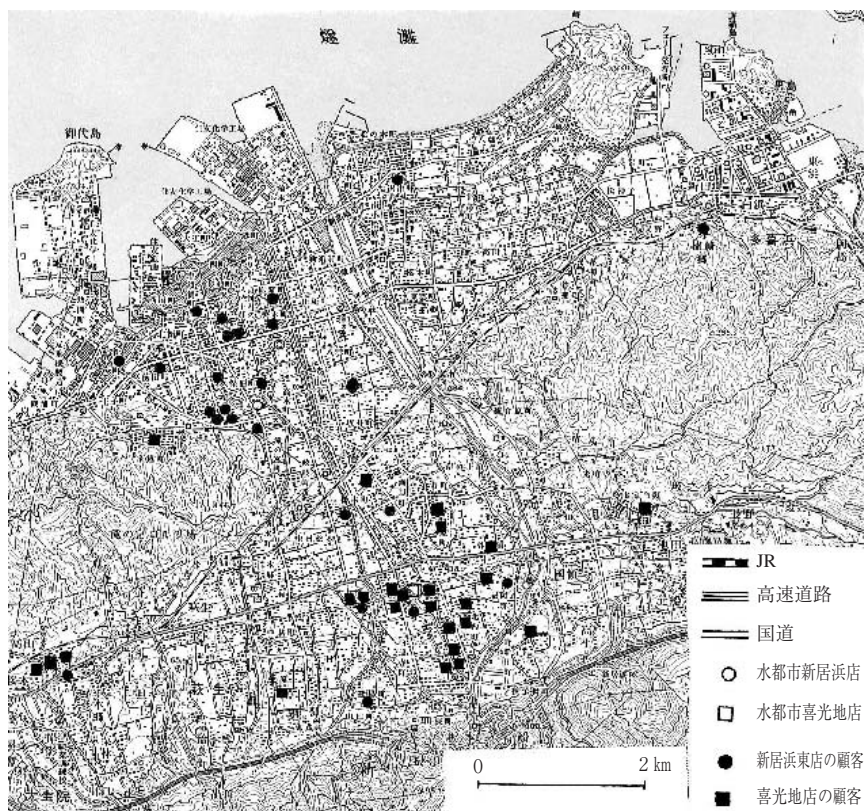


図8 水都市新居浜店・喜光地店の顧客の分布（2005年）

注）実地調査（2005年6月12日(日)）によって作成
地形図は5万分の1新居浜図幅（平成9年修正版）による

堂を経営する者が食材をまとめ買いするものが多いという。顧客が水都市の野菜や花卉を評価する点は、「安くて新鮮」であるということである。顧客のうち13人（52%）は、駐車場のあるスーパーマーケットでも買い物するという。水都市を駐車場に設営することは、スーパーマーケットにとっては、顧客の誘致と自己の店舗の売り上げの増加に連動しているといえる。

喜光地店^{きこうじ}は新居浜市街地の都心から4 kmほど離れた位置にあり、新居浜から別子銅山に通ずる市街の南部にある。別子銅山が活況を呈した1970年ころまでは、別子銅山の従業員の買い物と慰安の街として活気を呈していた。別子銅山が1973年に閉山すると、商店街は次第に衰退する。1998年にスーパーマーケットの駐車場に水都市のプレハブ造りの店舗が開設されていたが、これも2004年には閉鎖され、商店街の衰退の加速化が憂慮されるに至る。2004年から喜光地商店街が、水都市の経営を引き受けたのは、商店街の活性化を意図したものであった。

図8は水都市喜光地店の顧客の発地も示す。これによると大部分の顧客の発地は水都市の店舗から2 km以内であることがわかる。



写真15 新居浜店に到着した水都市のトラック
(2005年6月)
スーパーマーケットの駐車場の簡易テント



写真16 水都市新居浜店 (2005年6月)
レジ開始 (9.00) 前に買い物かごを並べる来店者



写真17 新居浜店 (2005年6月)
レジの前に並ぶ買い物客 (9.00 ころ)



写真18 新居浜市喜光地店（2005年6月）
トラックから荷物を運び出す商店街
の役員たち



写真19 新居浜市喜光地店（2005年6月）
レジ係は商店街の雇用

顧客に「喜光地商店街の水都市経営をどう思いますか」と尋ねると、25人中16人（64%）の顧客は、「商店街の活動を評価する」と答えており、水都市の運営が商店街の活性化に寄与していることを認めている。

(3) 今治市喜田村店

今治市には、コープえひめ喜田村店・同馬越店、今治市農協の立花鳥生店・同郷店があり、いずれも各店舗の一角に水都市の売り場がある。このうち、コープえひめ喜田村店の水都市で買い物する顧客25名をランダムに選び、その



写真20 今治市コープえひめ喜田村店
（2005年6月）
西条市水都市本店より荷物を運んで
来たトラック



写真21 今治市コープえひめ喜田村店の水都
市の売り場に集中する顧客
（2005年6月）
開店直後（10.00）の店内風景

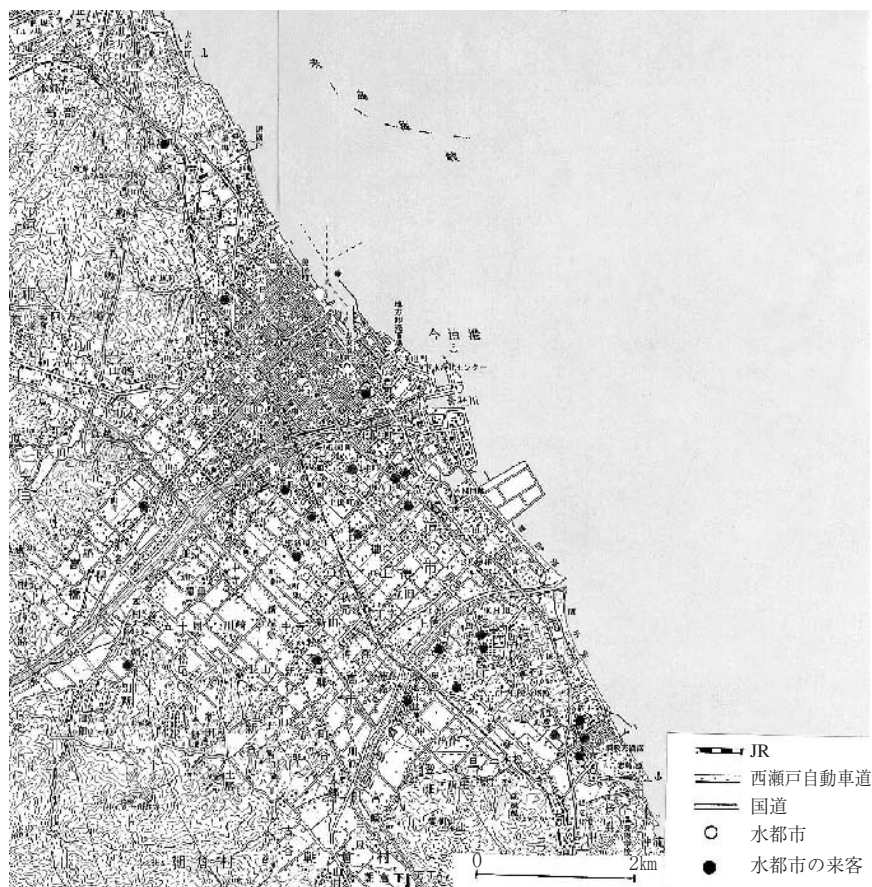


図9 水都市今治喜田村店の来客の分布（2005年）

注）実地調査（2005年6月18日（土））によって作成

地形図は5万分の1「今治西部（平成9年修正）・今治東部（平成9年修正）」による

発地と動向などについて面接聞き取り調査をした。

図9はコープえひめの喜田村店の顧客の発地を示す。これによると顧客は喜田村店の周辺2～3kmの場所を発地としている。コープえひめ喜田村店に入店する顧客がまず集中するのは水都市の売り場であり、安くて新鮮な水都市の

野菜を朝いちばんに買いたいという。生協である喜田村店の顧客に、「コープえひめでも買い物をしますか」と尋ねると、25名中22名（88％）の顧客は、「必ずコープえひめの品物も買います」と答える。コープえひめ喜田村店が、水都市を店内に誘致したことは、顧客の吸引と生協の売り上げ高の増加にも寄与しているといえる。

V 水都市の課題

西条市農協直営の水都市は農村婦人の努力と、組合長をはじめ幹部職員のリーダーシップのもとに、農産物直売の市場を域外に拡大することによって、順調に発展してきたようにみえる。しかしながら水都市のさらなる発展のために

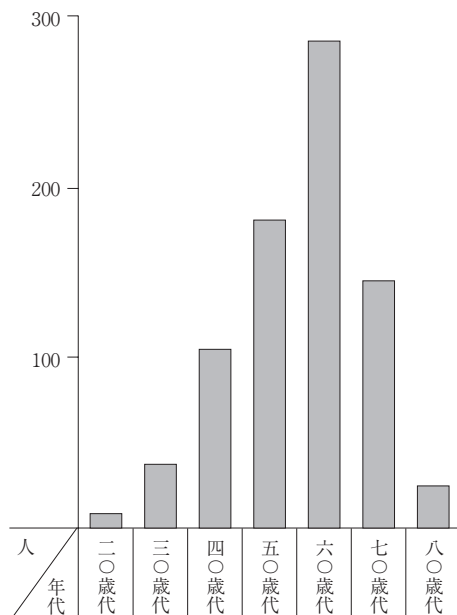


図10 水都市の年代別会員構成（2003年）

注）西条市農協（2004）「水都市関係資料」より作成

は、克服すべき課題もいくつか指摘できる。

その一つが都市化の進展する農村地域にあって、農業従事者の高齢化が次第に進行していることである。図10は水都市の年代別の会員構成である。これによると60歳以上の会員数が445人に達し、全体の78%を占めていることである。一方、30歳以下の会員数は47人で、全会員数の6%にしかすぎない。「青空100円市」の時代に活動の中心であった会員が今も幹部会員として活躍し、30歳以下の若い世代の会員が十分に補充されていないことである。

第二は都市化の進展する

なかで、優良農地が次第に蚕食されており、直売野菜などを生産する優良農地が次第に減少していることである。水都市の膝元である上喜多川の集落は加茂川右岸の砂質土壤に恵まれ、野菜を洗う加茂川の湧水にも恵まれ、西条市最大の野菜産地であった。表5は上喜多川の農家数・経営耕地面積の変化を示す。農家数は1960年には40戸を数えていたが、40年後の2000年には26戸に減少しており、そのうち専業農家は5戸に過ぎない。経営耕地面積は1960年に



写真22 西条市上喜多川の河原畑の野菜畑
(2005年5月)



写真23 西条市上喜多川の野菜の洗い場 (2005年5月)
加茂川の地下水を利用、農夫は今治の卸売市場に出荷

表5 西条市上喜多川の農家数・経営耕地面積の変化(1960～2000年)

	1960年	1970年	1980年	1990年	2000年
総戸数	325	96	302	494	553
農家数	40	34	35	32	26
専農	21	16	15	11	5
一兼	11	8	9	3	12
二兼	8	10	11	18	9
農家人口	180	171	139	133	110
男	82	80	74	69	58
女	98	91	65	64	52
経営耕地面積(10a)	337	303	259	230	175
田	265	231	192	192	152
畑	72	70	68	38	22
樹園地	0	2		1	
作物収穫面積(10a)	262	367	261	236	160
稲	55	221	178	159	90
麦・雑穀		51			
いも類	7	10	1	1	1
野菜	118	115	79	78	68
ハウス面積(10a)		7	11	7	5
乳用牛(頭)	8	49			
肉用牛(頭)	29	4			
耕作放棄地(10a)				4	8

注) 1960～2000年世界農林業センサス集落カードによる
 2000年の農家の区分は主副別農家の区分を読み替えた
 2000年の作物収穫面積は販売農家のものである

は34haを数えたが、2000年にはその52%の18haとなっている。野菜栽培面積も、1960年には12haあったものが、2000年には7haに減少している。

図11は上喜多川地区の住民構成を示すものであるが、農家は非農家や事業所のなかに埋没している。農家のなかでも主として野菜を水都市に出荷する農家のある反面、主として野菜を卸売市場に出荷する農家も混在し、農家間の強い団結力が保たれているわけでもない。

図12は加茂川の河ぞいにある上喜多川の河原畑の土地利用状況を示す。農

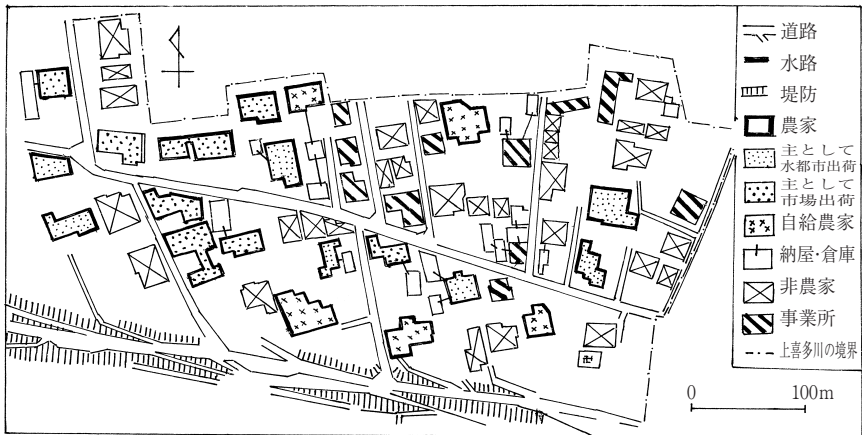


図11 西条市上喜多川地区の住民構成（2005年）

注）実地調査（2005年5月）によって作成

家は大別して、水都市に野菜を主として出荷する農家と新居浜市・西条市・今治市の卸売市場に野菜を主として出荷する農家、それに自給的農家に区分できる。野菜栽培に熱心なのは、水都市に主として出荷する農家と卸売市場に主として出荷する農家で、自給的農家は飯米を栽培する農家が多いといえる。



写真24 西条市上喜多川の非農家に囲まれた野菜畑
(2005年6月)

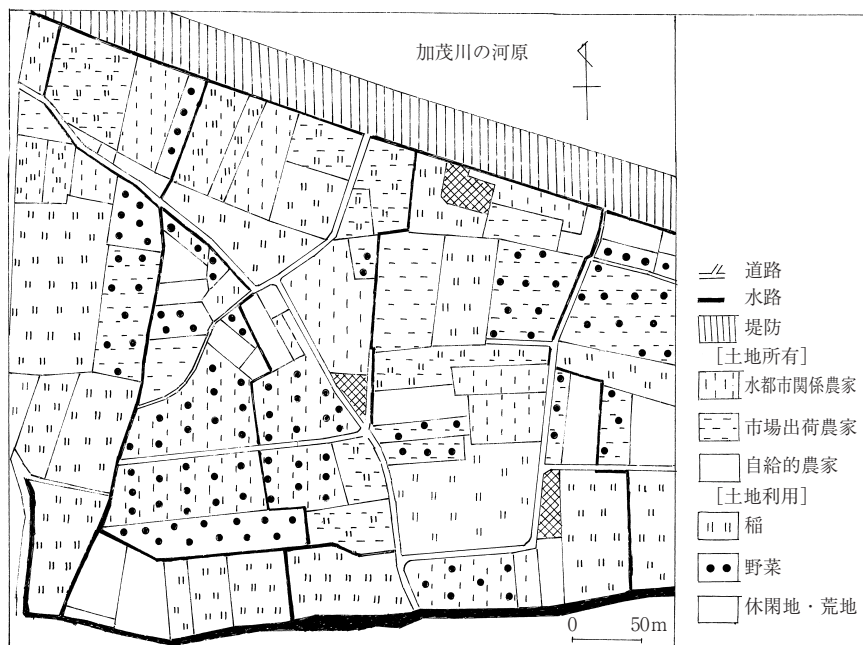


図12 西条市上喜多川河原畑の土地利用図 (2005年5月)

注) 2005年5月実地調査によって作成

VI 結 言

水都市は西条市農協直営の農産物直売店である。その最大の特色は旧西条市の自己の領域内のみで営業するのではなく、域外で積極的に直売活動を展開させていることである。西条市・四国中央市(旧川之江市)・新居浜市のスーパーマーケットには水都市の野菜を一定期間定額で買い取らせるインショップ方式を採用しているのみではなく、新居浜市などのスーパーマーケットの駐車場に簡易テントを設営し、今治市のコープえひめ(生協)、農協の店舗内にも、水都市の売り場を確保している。水都市の積極的対外進出を促したのは、1974年より西条市農協の組合長に就任した久門忠夫組合長の企業的精神に負うとこ

ろが大であった。

水都市を訪れる顧客は50～60歳代の高齢者が多いのは、他の直売店と共通するが、顧客の動向をみると、他の直売店や観光地を回遊しながら訪れるのではなく、水都市のみを訪れ、農産物を購入する者が圧倒的に多い。これは水都市の所在地が、商工業の発達している東予臨海工業地区³⁴⁾に立地することと無縁ではなかろう。今治市の生協内の水都市や、新居浜市の量販店の駐車場を活用した水都市の販売店を訪問する者は、その量販店でも買い物する者が多く、水都市がその売り場提供企業と共存・共栄していることが、水都市の域外進出を容易にしたものと言えよう。

〔付記〕 本稿は2005年9月日本地理学会秋季学術大会において研究発表したものに、加筆訂正したものである。資料収集にあたっては、西条市農協の久門忠夫組合長、木村春雄営農販売部長、野口税馬神戸支所長、伊藤吉昭水都市課長、西条市の農家明比幹夫・徳子御夫妻、石川篤志氏、新居浜市の岸田健喜光地商店街会長、四国中央市・新居浜市・西条市・今治市の水都市各店舗の責任者の方々に、大変御協力いただき、かつ懇切なる御教示をいただいた。なお、本研究は平成17年科学研究費補助金（基盤研究C2）、「農林水産物直売事業による農山漁村の活性化に関する研究（課題番号15500694）」に関する研究の一環であり、その研究費の一部を使用させていただいた。

注および参考文献

- 1) 梅木利巳（1988）：「多様化する農産物市場（食糧・農業問題全集13）」
- 2) 森祐二（1992）：「リポート青果物の市場外流通」，家の光協会，259頁。
- 3) 農林水産省統計情報部（1998）：「地元農林水産物を活用した加工・販売事業による地域活性化への取組事例」，農林統計協会，157頁。
- 4) 農林水産省中国四国農政局（1998）：「みどりの停車場―農産物直売施設を基点とした都市・農村交流推進のために―」，135頁
- 5) 中国四国農政局（2001）：「特集中国・四国の地産地消について」，119頁
- 6) 東北農政局（2003）：「東北管内における産地直送施設の概要」，446頁。
- 7) 北陸農政局（2003）：「食と農の一体化推進プロジェクトチーム報告」，194頁。
- 8) 農林水産省大臣官房統計部（2005）：「平成16年度農産物地産地消等実態調査結果の概

要」, 59 頁。

- 9) 櫻井清一 (1997): 中山間地域における農山物流通システムの新展開—直売をはじめとする多様な販路形成—, 農業研究センター経営研究 39, pp. 13~25。
- 10) 片倉和人 (2001): 消費者にとって直売所の魅力とは—直売所の利用客の意向を探る—, 農業と経済, 67-9, pp. 151~159。
- 11) 藤森英樹・飯板正弘・櫻井清一 (1998): 農産物直売所における消費者の野菜購入特性, 中国農業試験場流通研究資料 8, pp. 73~78。
- 12) 小寺学 (2000): 農産物直売所の運営方法と販売行動の特徴—岡山県の事例を中心に—, 中国農試農業経営研究, 129, pp. 18~29。
- 13) 辻和良 (2003): 農産物直売活動の現状と展開方向, 和歌山県農林水産総合技術センター, 農業経営研究資料第2号, pp. 1~16。
- 14) 堀田学 (2002): ファーマーズマーケットの今日的特質と定着方策, 農村生活研究, 第46巻第4号, pp. 6~14。
- 15) 鷹取泰子 (1959): 埼玉県における協同経営農産物直売所の立地展開とその地域的性格, 埼玉地理 19, pp. 1~12。
- 16) 岡橋秀典 (1997): わが国農村における農産物直売法の展開とその存立形態, 地域地理研究 2, pp. 44~55。
- 17) 篠原重則 (1991): 『過疎地域の変貌と山村の動向』大明堂, 330 頁。
- 18) 篠原重則 (2000): 『観光開発と山村振興の課題』古今書院, 226 頁。
- 19) 篠原重則 (1999): 農産物の直売と山村の活性化—愛媛県日吉村の事例—, 香川大学教育学部研究報告 I, 107 号, pp. 1~23。
- 20) 篠原重則 (2002): 愛媛県中山町における農産物の直売と山村活性化の課題, 愛媛の地理, 16 号, pp. 22~30。
- 21) 篠原重則 (2004) 水産物の直売と漁村の活性化—愛媛県三崎町の事例—, 松山大学論集 16-1, pp. 261~291。
- 22) 篠原重則 (2004): ユズ加工品の直売と山村の活性化—高知県馬路村の事例—, 愛媛の地理, 17 号, pp. 34~49。
- 23) 篠原重則 (2004): 梅の生産・加工・販売システムの確立と山村の活性化—和歌山県南部川村への事例—, 松山大学創立 80 周年記念論文集, pp. 339~368。
- 24) 篠原重則 (2005): 地域資源の活用と農産物の直売による山村の活性化—愛媛県内子町の事例, 松山大学論集 17-5。
- 25) 西条町は 1881 年 (明治 14) 新居郡・周布郡・桑村郡の郡役所がおかれ, 東予の行政の中心地となる。中学校は 1896 年 (明治 29) 愛媛県尋常中学校西条分校が開設, のち 1898 年 (明治 31) 西条中学校として独立, 東予地方の教育の中心地となる。
- 26) 2002 年 (平成 14) 工業統計調査によると, 愛媛県の市町村別製造品出荷額は, ①新居浜市 4,717 億円, ②松山市 4,266 億円, ③西条市 3,375 億円となっている。

- 27) 2000 年世界農林業センサスによると、販売農家のうち、5 ha 以上の耕地面積をもつ農家は、西条市 19 人であり、愛媛県で最も大規模な稲作農家が存在する。次いで東予市で同じく 17 人となっている。この両市は愛媛県で最も大規模な稲作農家が存在する。
- 28) 西条市の 2000 年の農家総数は 1,883 戸であり、うち 69% が第二種兼業農家であり、愛媛県の市部の兼業農家率 57% より 12 ポイントも高率である。
- 29) 補助事業名は、農水省の平成 7 年度農業生産体制強化総合推進対策事業であり、事業費の負担区分は、国庫補助金 1,000 万円・西条市補助金 333 万円・西条市農協の自己負担金は 731 万円であった。
- 30) ときめき水都市の名称の由来は、水都市は西条市が自噴泉に恵まれた水の都であること、ときめきは出荷する会員にも顧客にも心のときめきを感じてもらいたいとの思いが込められている。
- 31) 久門組合長は 1929 年（昭和 4）生まれ、1979 年より西条市農協理事、1994 年に西条市農協組合長となる。農家の出身であるが、主として造園業で全国各地で活躍。好きな言葉は「いつも前向き、前進あるのみ」。日本農業新聞（1998 年 8 月 27 日）の記者との対談では、「農家は自分で作ったものは、人に値をつけさせるのではなく、自分で値をつけ、自分で売り、自分で責任をとる姿勢を貫きたい」と直売を推進し、「農業はすることやれることがいくらかでもある。JA の最大の強みは、自然を足場に食べ物を作り、供給していることである」と主張する。
- 32) インショップ形成は、群馬県の甘楽・富岡農協に学んだというが、愛媛県東予地区と首都圏の消費市場の規模の差異から、甘楽・富岡農協のインショップが盛んであるのに対して、西条市の水都市のインショップは販売額が伸び悩んでいるといえる。
- 33) 西条市農協の運搬用トラックの運転手はパート職員であり、時間給で雇用されている。西条市農協の運搬車のうち、松山市の天山店に向かうトラックのみは、西条市のうちぬきの名水を積み込み、天山店の顧客に名水を無料配布している。
- 34) 2005 年の産業別人口構成の割合は、第二次＋第三次産業の就業者の比率が、新居浜市 98%、今治市 97%、西条市 94% であり、同年の愛媛県全体の第二次産業＋第三次産業の就業者の比率が 88% であるのに対比すれば、東予諸都市の第二次産業と第三次産業の就業者の比率がきわめて高く、東予諸都市の都市化が著しいことがわかる。