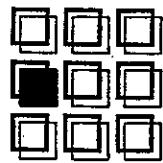


日本の青空市、直売所を考える

「第三世界」、欧米との比較から

吉野馨子 農村生活総合研究センター



現在、国内各地で農産加工品の青空市や生産者直売所が盛んである。多くの地域では伝統的な定期市が途絶えた後、再び近年作られたものであり、農家を主体とした複数メンバーにより、当番制や専従者制の形で運営されていることが多い。このような形態をつい前提として考えがちだが、他の国や地域と比較してみると、日本の青空市、直売所は、かなり独特な特徴をもつように思われる。

本稿では、「第三世界」や欧米における青空市、直売所と比較するとともに、日本の市の歴史的な消長をたどることを通して、現在の日本の青空市、直売所の特徴と今後の展望について考えてみたい。ただ筆者は、欧米の事情や市場史については浅学である。本稿を課題の整理に向けての端緒として位置付けるとともに、専門の方々からのご指摘やご意見をいただければ幸いである。

「第三世界」の市

定期市は、ある程度人口が集中する農耕社会で

発達するとされており、牧畜社会で人口が希薄な中東などではオアシス都市などでの常市の方が中心となっている(引用・参考文献Ⅱ以下同Ⅱ)。

「第三世界」では、市は現在も活発である。多くが熱帯・亜熱帯圏に位置しているため、生鮮品の腐敗が早い。冷凍冷蔵の施設を備えない限り、生鮮品の遠距離輸送や長時間の保存は困難であるという理由からも、とくに農村地域では地域の生活に密着した市の重要性が維持されるだろう。

市での取引の中心的な担い手は、大抵は女性であり、イスラム教徒が多いインドネシアでも、女性たちが多く携わっていた。しかし、扱う金額が増える仲買的な取引や貴重品類の取引になると男性が増えてくる。

スラウェシ島の山間部で訪れた局地市場的な市(バサール)では、地元の農家女性たちが野菜や森などからの採取品を並べて売っていた。チークの葉を皿に見立て、家庭菜園でとれた唐辛子を五皿分だけ持って来た女性は、売るのもそこそこに、

海辺から運ばれてきた魚を行人から買い求めていた。もつと都市的な地域の市では、扱う品目も規模も拡大し、外来の商人の割合が増えていたが、その一角では、やはり地元の農家女性たちが野菜や加工品を販売していた。

標高四千メートルを超えるボリビアの高原部で訪ねた市(フェリア)は教会前の広場で開かれており、多くの女性たちが売りに来ていた。高原部でとれたジャガイモなどを売る女性たちと、都市部からパンなどを運んできた女性たちが、商いの前に物々交換をしている光景も見られた。このように、市は地域内流通とともに、条件の異なった地域間の物品交換の場としての役割ももつ。

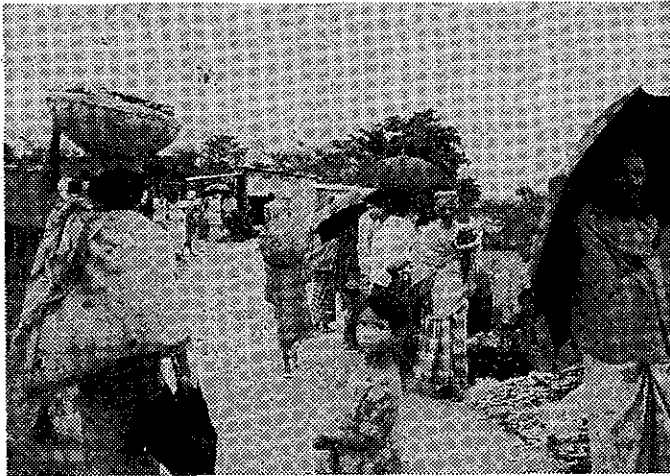
稠密な人口で知られるバングラデシュは、定期市がとくに発達している地域とされている。筆者が滞在していた村でも、土曜日になると村境の道端に市(ハット)が開かれていた。同じイスラム教でも、インドネシアと違い女性の自由な外出が制限されているため、市は男性と子供たちの場



インドネシア、スラウェシ島の山間部のバザール。
菜園の野菜や森でとってきた筍などが並ぶ

である。屋敷地とれた野菜などを売って現金を稼ぐ人たち、市を回る村内外の行商人たち(多くは農業兼業である)、賃労働で得た現金で食材を買いに来る村人たちなどで市は活気にあふれている。市は大抵週に一、二日なので、村人は複数の市を巡って生活に必要なものを揃えている。

これら「第三世界」の市の特徴としては、個別に売りに来ていること、地域の人々が市の中心的な担い手であり、かつ売り手と買い手が交替可能



バングラデシュ農村の道沿いに開かれたハット。雨が小止みになるのを待って三々五々近隣の農民たちがやってくる

で開かれていることが挙げられるだろう。また市は、売買に用のない人たちも集って情報交換やおしゃべりをする地域のサロンの役割を果たしていることも多い。

品物の品質はピンからキリまであり、買い手は自分の懐に合わせて、適当な品質のものを、値段を交渉して買うのが一般的であるが、買い手も品物を見定める眼をもっているため、適当なところ合

欧米の青空市・直売所

ヨーロッパでは、産業革命後の都市の膨張や市場圏の拡大に伴って衰退しつつも、日本と異なり、現在に至るまで各地で定期市が連続と続いてきたらしい。古くはギリシャ時代のアゴラで知られるように、ヨーロッパの都市や町の中心部には大抵広場があり、その一角では市が開かれてきた(⑩)。

例えばドイツでは、十九世紀初頭まで三百以上の独立国が存在し、各小国内では、中小都市や農村ですら、かなり高度な自治権が保障されていたという⑪。各地域社会の中心部には、マルクト(市場)と呼ばれる広場が作られ、生活に一通り困らないような施設(役場、市場など)が、領主と住民の対抗関係や協調関係により整えられてきた。そして現在でも、市の日には、近隣の農家女性たちが広場に売りに来るといふ⑫。

またフランスでは、農産物の国内市場は十九世紀ころまで十分に統合されず、大多数を占める零細農家が少量の余剰産物を販売する地域市場が各地に極めて多数存在していた。現在もその名残を中小都市の広場で市(マルシェ)の形で見ることができるといふ⑬。産業革命の中心地であったイギリスでも、一九六〇年代初頭には八百近い市場が残されていたという⑭。地中海世界では、温暖な気候とのんびりした生活リズムの中で青空市はさらに浸透しているらしい⑮。

このようにヨーロッパでは、産業社会化が進む中でも、地域社会の自治性の強さを背景とし、局地的な市場がある程度維持されてきた。

さて、市は現在どのような状況だろうか。欧州連合(EU)は、条件不利地等における、農作物の付加価値化や農業の多角経営化の活動支援を進めており、その中には直売への支援も含まれている③。とくにドイツでは、農家女性の活動への政策的支援もあり、農家市場が活性化しているという。従来のように広場を利用するだけでなく、全天候型の施設や、宿泊など複合的な機能をもった施設など、日本と同様に大規模化、複合機能化の動きも見られている。

ドイツの農民市場を紹介したビデオによると、近隣の農家がそれぞれ車で市場に乗り付け、自分たちの作った農産加工品を販売したり、ソーセージなどをその場で提供する姿が見られた。フランスでも、やはり個々の農民が販売することが一般的であるという。併せて自分の農場のパンフレットを配るなど、個人経営の販路の一つとして位置付けられているようである。

品目としては、野菜や花などの生鮮品ももちろんあるが、ソーセージ、チーズ、パンなど加工品が多く見られる。ヨーロッパの主要な食材である麦類、肉や乳は、前記のような加工品の形で食べることが多い。そのような日常的な必要性と、手作り品のおいしさや安全性が相まって、直売で手に入る農家の加工品は消費者に高く需要されている

ものと思われる。

これは、洗って炊けば食べられるコメを主食とし、新鮮さが重要な野菜や魚をシンブルに調理する日本の食文化と大きく異なる点だろう。また日本では、酒の醸造が認められないなど、個人の加工活動に対する規制も厳しい。

経済のグローバル化を推し進めているように見えるアメリカでも、地方都市を中心としてファミリーマーケットが残存しており、また近年大変活発になってきているという。インターネットのホームページを見ても、非常に数多く紹介されている。アメリカ農務省の調べでは、九七年時点で二千四百方所以上あるといわれているそうである④。そしてここでも、生産者が個々に販売する形が一般的である。

日本の定期市はなぜ消えたか

一方、なぜ日本の伝統的な定期市は、現在に至るまでにその多くが消えてしまったのだろうか。日本で最初の市が開かれたのは平城京であった。それ以来中世ころまでは、都市住民に向けて

の近郊蔬菜生産とその直売が発達した京都、奈良などのわずかな都市を除く大多数の地域では、自給的な農業の中で、近隣の農民が生産物を交換したり日常生活必需品を商人から購入するような地域の生活に密着した定期市が開かれていた④。

戦国時代を経て近世に入ること、全国的な統治のシステムが作られるとともに、農民や市のあり

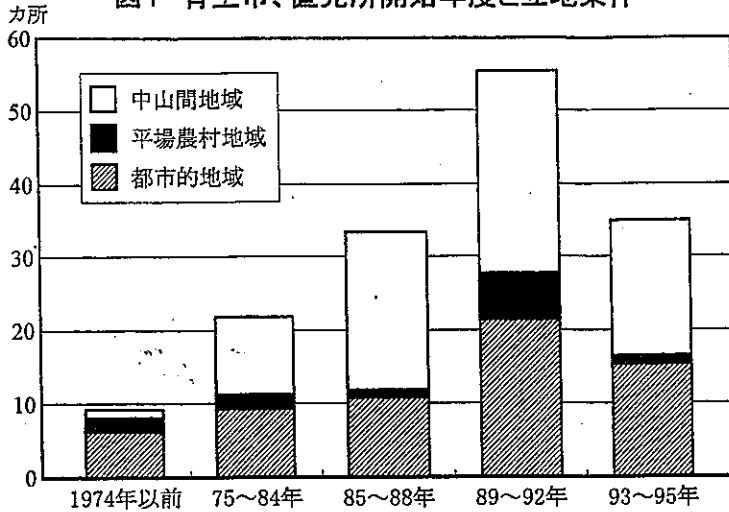
方が変化する。年貢の確保のために、農民は刀を狩られ、自由な移動や農業以外への従事を禁じられた。各地に数多く発生していた市は整理され、農村では農民からの生産物の集荷と農民への必需品供給のために二、三里ごとに市が配置される一方で、城下町の近辺には城下に物資を供給する市が定められ、周辺の市は廃止された。市への出入り商人は、幕府や藩に公認された者のみとされた。このようにして、農村(在方)と城下町(町方)は政治的に切り離され、また農民の役割は生産物を作ることに限定された(実際には、次三男などの離農や実入りの良い商業を選ぶ農民の増加により、農民の商人化や兼業化は進行した)④。

近世中期に入り、綿、絹などの商品作物栽培が盛んになるにつれ、農村の市は地域の特産物を農民から集荷し都市に送り出す拠点となる。しかし、次第に商人が直接買い付けるようになり、流通における重要性を失っていった。また、特産物集荷の機能をもたない中世的な市は、多くが廃れるか年市などの娯楽の場に機能を縮小していった④。

一方、直売が活発だったのは城下町などの町場であった。近郊農民は都市住民に向けて蔬菜を盛んに生産し、振り売りに出たり、規制にも拘わらず自然に市が立っていった④。

このような流れの中で、現在まで東北や越後地方の農村地域で比較的多くの定期市が残った理由としては、生活市としての機能が地域の人々に依

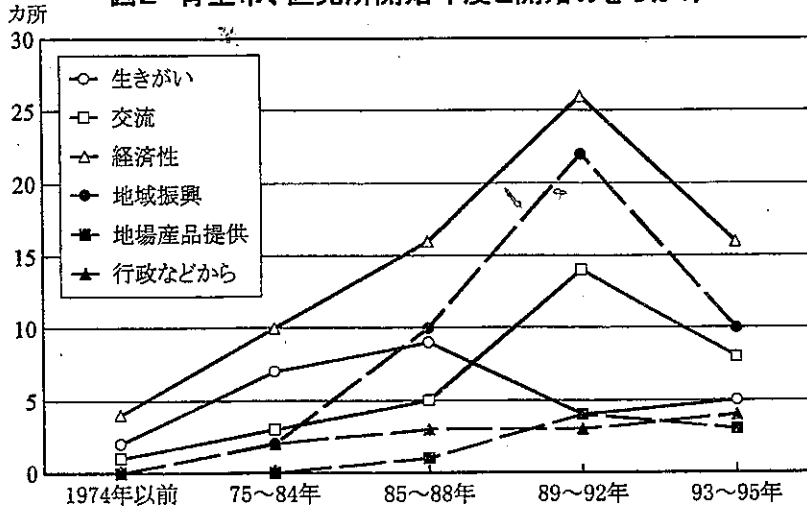
図1 青空市、直売所開始年度と立地条件



然求められていたこと、収入が年に一度の米作地帯では日銭を稼げる市の存在が重要であったことなどが挙げられよう④。また、愛知県三河地方の場合、局地的な経済圏が発達したために定期市の重要性が維持されたい④。

明治維新以後、今度は国策として大正末ころから一市町村に一カ所の公設市場と大都市での中央卸売市場への統合が進められ、それ以外の市は再

図2 青空市、直売所開始年度と開始のきっかけ



び公には認められない存在となった④。その一方で、「生産者から消費者へ」という標語のもとで、大正末から昭和初期にかけての直売運動④や、戦後の統制経済の解除後に数多く開かれた野市など、とくに都市近郊で直売に戻る動きもあった。しかしこれも、高度経済成長期に入り大型スー

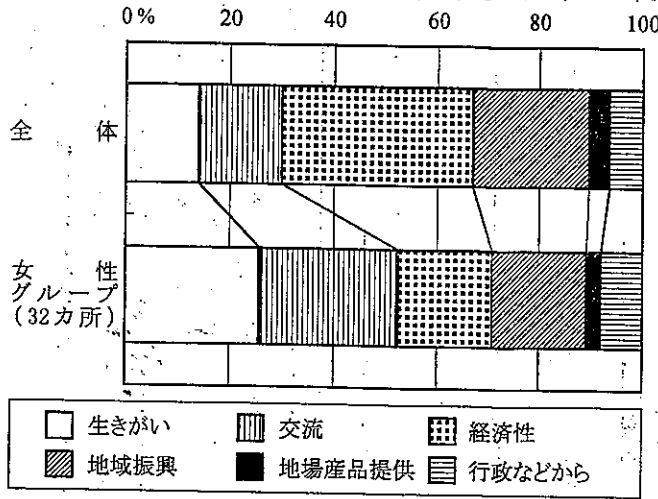
青空市、直売の復活

ここでは、県内百五十七の青空市、直売所を掲載した『岐阜県の朝市』④のデータを用い、近年の復活の状況を見てみたい。

七五年以前に成立したのは江戸時代からの高山の朝市も含め八カ所のみである。このうち個人が販売する形態が三、せり売りが三あり、伝統的な直売の形態を残している。その後の成立件数の増加は、年を経るにつれ著しい。また、中山間地域や、地域振興を目的としたものが増えており、地域内流通的なものから、遠隔の利用者を呼び込むものへ傾向が変化している(図1、2)。

青空市、直売所の近年の隆盛には、農家女性による農産物自給運動も大きな役割を果たしたといわれている④。農村にもスーパーが浸透する中、自給野菜や手作り加工品の見直しの運動が進められたのが七〇年以降であり、ちょうど安全な食品への注目が高まりつつある時期でもあった。その余剰の有効利用も兼ねた直売活動は、「農作業が忙しいのに」「大して儲かりもしないのに」等、家族や地域の批判を受けつつ、肩身の狭い思いで始まったものも少なくない。現在これほどに注目されるとは、当時想像もしなかっただろう。

図3 青空市、直売所の開始きっかけ



生活改善グループやJA婦人部など、女性たちの活動とわかる三十二カ所の活動きっかけを見てみると、生きがい(もちろん収入増加も含まれるだろうが)や交流など、精神的な繋がりの期待が大きいことがわかる(図3)。仲間と共に活動することによって元気を得、生きがいを見出し、きたのであり、グループ活動だからこ続けられた部分も大きいだろう。野菜中心の小規模な直売所などでは利が薄く、「儲けを考えたらやっていられない」という話をよく耳にする。しかし

それでも、農家女性にとっては個人の収入を得る貴重な機会であった。また、農産や添加物の使用を抑える代わりに手間をかけて作るような、儲けをひとまず度外視した生産加工体系によって、品質が維持されてきた部分も大きい。

日本の青空市、直売所の 特徴と展望は？

日本では、近世の後期には全国的な商品経済が大きく発展し、地域の生活に密着した物資交換の役割をもつ市は衰退していった。農民は農産物を産する人、それを販売するのは商人という分業の確立により、販売という手間から、早々と農民が解放されたという見方もできるかもしれない。

それならば、反対に、なぜ西欧では農民による直売が連続と続いてきたのだろうか。その大きな理由として、農村と町の分離政策のために農民と町の人々(消費者)が直に接する場が形成されにくかった日本と違い、ヨーロッパでは、農村部でも小さな町場を中心とした地域市場があり、農民が直接販売するに足る消費者が常に身近にいたのではないかと。そしてそのような経験を通じて直売のもつ何らかのメリットを見出し、きたのだろう。それは消費者との交流かもしれないし、また経営においても(直接の収益はもちろん)、消費者に農産物についての情報を提供したり、試食してもらいなど、直売は自家農場のアンテナショップとしても活用が可能である。

一方、「第三世界の市で印象強いのが、だれでも参加することができる、その開放性である。日本の直売所にも「場の提供」的な機能があれば、生産者はものやサービスを提供する人、消費者はそれを選んで利用する人」という固定的な関係を越えた交流が生まれ得るのではないだろうか。

また玉石混交の品物が並ぶ中で、品質を見定める目は買い手に求められ、納得いく値段がつくまで交渉する。日本の直売所でも、気に入った生産者の名前などを覚えている利用客は少なくないが、値段は大抵定価である。むしろこれらの特徴は、近年都市部で盛んなフリーマーケットに近い。

欧米、「第三世界双方と比較して日本の直売所に独特であると思われるのが、グループ運営(二人、三人の仲間から、百人を超えるようなものまで、その規模はさまざまだが)という形態だろう。直売という販売形態から離れて久しいため個人で売ることへの生産者の抵抗感が強かったことや、女性グループの生活改善活動などが直売所の活動にも深く関係したことが、その理由として挙げられるだろう。また、野菜など利の薄い素材の場合、個人が毎回販売に向くにはコストや手間がかかりすぎるといふ点もある。

ただグループ運営は、売り場で当番制や専従者制を取るため、利用客との直接的な関係が薄まりがちになる(規模が拡大すると、さらに薄くなる)。品物の説明が不十分であったり、逆に自分の出したものばかり宣伝できないという配慮が生

じる。そこで利用者は情報不足となり、スーパーなどと同じような物差しで購買行動を決めることも多いのではないだろうか。「第三世界」と違い、大量流通システムに慣らされた日本の消費者の多くは、ビンからキリの品質を十分見定める目を養う機会を失ってきたという現実がある。

それを乗り越えるには、スーパーでは味わえない地域の旬の味を生かした食生活をどのようにして消費者に伝えるか(その「味」を実際に体験することが、現在最も重要かもしれない)、安全な農産加工品という意味を(そのための手間も含めて)、どうやって伝えるかが重要になるだろう。

「地域の生産者と消費者の交流」という心理的な直接性における直売所の役割は確かに認められているし、もちろん重要な点である。ただ、そのような「交流」を媒介として販売される「品物」自体については半間接的な日本型の直売所が、どのように自分たちの作ったものをアピールしていくのが課題となっているように思われるのである。

【引用・参考文献(五十音順)】

- ①安藤精一 一九五八 「近世在方商業の研究」 吉川弘文堂
- ②飯田実 一九九五 「ドイツの景観都市」 工学会
- ③石原潤 一九八七 「定期市の研究：機能と構造」 名古屋大学出版会
- ④伊藤好一 一九六七 「近世在方市の構造」

隣人社

⑤井上和衛編 一九九七 「欧州連合(EU)の農村開発政策」 筑波書房

⑥勝賀瀬質 一九六五 「青果物流通の実態：歴史と展望」 農山漁村文化協会

⑦川田順造編 一九九五 「ヨーロッパの基層文化」 岩波書店

⑧神田健策 一九九九 「アメリカはいま、帰農時代：広がるファミリーズマーケット」 「増刊現代農業」一九九九年五月号 農山漁村文化協会 222頁

⑨神戸正編著 一九七〇 「都市農業の直売戦略」 誠文堂新光社

⑩岐阜県農政部 一九九六 「岐阜県の朝市」

⑪セルヴォラン 一九九二 「現代フランス農業：『家族農業』の合理的根拠」 食料・農業政策研究センター

⑫中村勝 一九八〇(一九八九改訂) 「市場の語る日本の近代」 そしえて

⑬荷見武敏、鈴木博、根岸久子編 一九八六 「農産物自給運動：二世紀を耕す自立へのあゆみ」 御茶の水書房

⑭ハルダッハ、シリング 一九八八 「市場の書：マーケットの経済・文化史」 同文館

⑮渡辺善次郎 一九八三 「都市と農村の間：都市近郊農業史論」 論創社

⑯ Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft, und Foresten.

Ernährung, Landwirtschaft, und Foresten.

1998, "Frau Kiwi Entdeckt den BauernMarkt"

(注) ヨーロッパの事情については、秋田県立大学短期大学部山崎光博氏、農業総合研究所市田知子氏、ドイツ大使館山名氏、朝日新聞社中山由美氏から貴重な情報や資料をいただいた。

新薬開発に遺伝子の働きを応用
ミレニアム予算で活発化

医薬品各社が遺伝子の働きを応用した治療薬の開発に乗り出す。武田薬品工業は抗エイズ新薬の臨床試験を二〇〇〇年にも始めるほか、藤沢薬品工業も二〇〇五年までに脳疾患の新薬を開発する。政府は「ミレニアム事業」の一環として、二〇〇〇年度予算案に遺伝子研究費用を盛り込んでおり、各社の研究開発を促すきっかけになりそうだ。

遺伝子解析を用いた新薬開発で、各社が注目しているのは、がんや生活習慣病の分野。日本たばこ産業(JTI)は、腎臓(じんぞう)病患者と健康な人の遺伝子の違いに着目し、米国企業と新薬を共同開発中だ。政府は、二〇〇〇年度予算案に遺伝子解析のための計六百四十億円を計上した。厚生省は今後、国立の研究機関が解明した遺伝子情報を医薬品メーカーにも提供する方針。医薬品各社は、国の持つ基礎的な遺伝子情報を利用できれば、新薬開発のコスト圧縮に役立つと期待を寄せている。