



奈良県五條市における柿および関連商品の流通経路 とその多様性 : 「日本一の柿のまち」の人や組織の かかわりに着目して

菊川, 翔太
高原, 佳穂
大澤, 淳平
水垣, はるか
河本, 大地

(Citation)

兵庫地理, 68:19-38

(Issue Date)

2023

(Resource Type)

journal article

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/0100482454>



奈良県五條市における柿および関連商品の流通経路とその多様性

—「日本一の柿のまち」の人や組織のかかわりに着目して—

菊川翔太・高原佳穂・大澤淳平・水垣はるか・河本大地

I. はじめに

1) 研究の背景と目的

本研究の目的は、奈良県五條市における柿および関連商品の流通経路とその多様性を明らかにすることである。同市は市町村別でみて全国最大の柿の生産量を誇り、「日本一の柿のまち」として地域づくりを行っている。本研究では、同市における柿及び関連商品が栽培・生産されてから消費者のもとに届くまでの流通経路を人や組織のかかわりにも着目して明らかにする。

農業地理学の先行研究において、農業事象を農業生産部門のみだけでなく、生産から消費に関わる一連の体系の中で捉える必要性が指摘されてきた（荒木 1995）。今日の農業を取り巻く諸変化を把握するためには非生産部門や都市地域を含めた考察が必要であるからだ。特に農産物の生産—流通—消費関係を取り巻く諸変化としては、高度経済成長以降の大量生産・大量流通システムの限界、2000 年以降の食の安心安全をめぐる諸問題に対して新たな流通の潮流が見出されてきた。池田（2005）は、今後の流通の潮流として、スーパーマーケットを代表とした従来の大量流通の仕組みと、食の安心安全を求めて「個別化」した流通が併存する構造を持つものと展望している。

農産物の流通に関する研究として他にも農協や集出荷団体、農産物直売所、インターネット販売に関する研究などがあげられる。伊村ほか（2015）は、農家が何を重視して農協とその他の集出荷団体（産地仲買人）のどちらに出荷するかを決定しているのか、沖永良部島の馬鈴薯生産農家を事例とした研究を行った。栗林（2013）も農協だけでなくその他の集出荷団体や産地市場それぞれの経営戦略に着目し、青森県におけるリンゴの流通形態について明らかに

している。また農家ではなく集出荷団体に着目した研究としては観山（2013）がある。農産物直売所を対象とした研究は多数あるが、観光地立地型という立地特性や集客圏に着目した研究としては徳田（2013）が、観光地立地型直売所におけるリピーター形成については福山ほか（2013）が、農協共販と比較した直売所への出荷・販売の長短所を扱った研究としては木村（2010）や高梨子ほか（2020）などが挙げられる。また 2010 年頃までの研究動向は大浦（2011）がまとめている。また消費者への直接販売として農産物のインターネット販売も近年拡大しており、代表的な研究として池田（2011）や伊藤（2018）などがある。

以上のような農産物の流通に関して、地理学に限っても様々な農産物を対象にした研究があげられる。例えば、山川（1979）はトマトを、増井（1992）はパイナップルを、荒木（1993）は梅を、仁平ほか（2000）はサツマイモ、深瀬（2013）はブロッコリーを事例として挙げている。一方でそれらの先行研究において、特定の農産物を取り上げ一つの地域を対象にその事業主体と流通経路を総合的に調査しその多様性について明らかにした研究は管見の限り見られない。

そこで本研究では柿の事例を取り上げる。柿を事例とした研究として、地理学以外の分野ではいくつかあげられる。例えば櫻井（2013）は奈良県産のカキの果実と柿の葉を含めた関連資源の多面的な利用について言及し、園芸学的視点から成分抽出技術や保存技術などの新技術の開発について展望を示した。しかし、柿を事例にその流通経路と多様性に着目した研究は管見の限り見られない。

よって本研究では、柿および関連商品を対象に流通経路とその多様性について考察する。その際に人

や組織にも着目し、その多様な事業主体についても明らかにする。特に女性や地域商社といったこれまでの研究に見られなかった主体について言及する。女性や地域商社について取り上げる理由は以下のとおりである。

まず女性のかかわりについて、本研究では柿及び関連商品の流通経路についての調査にジェンダー視点を取り入れる。丸岡（1937）や靄（2018）らをはじめとして、女性に焦点を当てたジェンダー視点での農村研究は日本では 1930 年代から現在まで蓄積されてきた。三橋（2018）では女性が農業就業人口の約半数を占めていることが指摘され、日本政策金融公庫（2016）が行った調査では、農業経営においては特に「営業・販売」「6 次化」において女性が関与することで経営利益の増加率が高い傾向があることが指摘されている。

一方で、こうした女性のつながりや生活者目線が、農産物の生産から消費という一連の流れの中で流通という部門でどのような形で見られるのかに着目した例は見られない。そこで本研究では奈良県五條市での柿の加工品が流通において、女性のつながり、生活者目線がどのように用いられるのかを明らかにする¹⁾。

続いて地域商社を取り上げる理由について整理する。近年、地方創成の取り組みとして、地域産業の創出を目指す地域商社の設立・経営が重要な取り組みとして挙げられている（「まち・ひと・しごと創生基本法 2017」「地域未来投資促進法」など）。実際にも地域商社の設立に向けた検討が進み、地域商社の設立に至った事例が増えている。一方で、農産物の流通に関して地域商社が果たす役割についての先行研究は見られない。そこで本研究では、地域商社にも着目する。

2) 研究対象地域の概要

奈良県五條市は奈良県の中西部に位置し、大阪府と和歌山県に接している。北側は金剛山、南側は紀伊山脈に囲まれた盆地地帯となっている。奈良県五條市は柿の生産量日本一を誇っている。1976 年から国営五條吉野総合事業が開始され、約 500 ヘクタ

ールもの広大な樹園地が整備された。五條市において柿の栽培が盛んな背景としては、以下の 2 点がある。第一に、五條市では様々な品種が栽培されているため約半年間にわたり柿が収穫できる点、第二に、全国的に後継者不足といわれる農業分野で次世代生産者の育成技術継承が盛んに進められている点である。また、五條市を含む奈良県は柿の出荷先として東日本に重点を置いており、出荷先の約 70%を占めている。また五條市域を対象に柿果実や柿の葉に着目した先行研究は以下のものがあげられる。

柿果実に関しては、西吉野の柿果実が農協を通じてどのように流通しているのか、2000 年代前半までの展開過程と実態を岸上ほか（2003、2004）が明らかにした。旧西吉野村では、農協ではなく出荷者が主体となって 1999 年に村内 4 箇所の農協選果場を 1 箇所に統合した。あわせて出荷規格の簡素化や出荷者ごとに出荷実績を精算する方式の導入なども行い、組合員の「選果場離れ」「共販離れ」は発現していないという。だがこれらの研究から 20 年近くが経過し、産地を取り巻く状況は変化した²⁾。よって現在改めて研究が求められている。また岸上ほか（2003、2004）が言及していない農協以外の集出荷団体への出荷や農家個人による消費者への直接販売も無視できない。

柿の葉の生産及び流通については、奈良県内を対象にした既往研究が存在する（門ほか 2009）。柿の葉はビニルハウス、露地両方で栽培され、ビニルハウスでは 3 月上旬から 5 月上旬間か 7 月下旬から 8 月上旬の間、露地では 7 月中旬から 8 月下旬の間が出荷時期にあたる。柿果実と同じ木からではなく専用の木がある場合が多い。県内では 1 経営体あたり 3 千枚から 30 万枚が年間出荷量であり、その出荷先は柿の葉寿司製造業者、柿の葉取扱業者（流通後は柿の葉寿司に利用）、個人などになる。

既往研究では、五條市域の柿の葉の流通構造が時代とともにどのように変化したのかや、現在加速する柿の葉生産・出荷増加の取組みなどには言及されていない。そもそも研究蓄積が乏しい柿の葉の生産流通構造の領域においてこれらを盛込んだ研究が求

められる³⁾。

3) 研究の構成と方法

本稿では、奈良県五條市を対象に柿やその関連商品を取り上げ、その事業主体と流通経路を総合的に調査しその多様性について明らかにする。よって、まず第2章から第4章で柿および関連商品の流通経路を明らかにする。第2章で柿（果実）、第3章で柿の葉、第4章で柿加工品を取り上げその流通経路について整理する。また第5章で女性のかかわり、第6章で地域商社のかかわりについて整理し人や組織のかかわりにも着目する。最後に第7章で全体の結論および本研究の課題、今後への示唆をまとめる。

調査方法は現地でのフィールドワークおよび、電話や対面でのインタビュー調査である。インタビュー調査に関しては、JAならけん西吉野営農経済センター、株式会社柿の葉すし本舗たなか、株式会社柿の葉ずしヤマト、農産直販モリモト、株式会社柳澤果樹園、株式会社石井物産、農悠舎王隠堂グループ、JAならけん女性部、五條市地域商社株式会社、五條市の柿農家などに2022年11月～2023年2月にかけて実施した。

Ⅱ. 柿（果実）における流通経路

本章ではまず、五條市で生産された柿果実がどのように消費者に届くのかを、農林業センサスなどの資料をもとに概観する。その際、奈良県と並んで柿の一大産地である和歌山県との比較も行い、奈良県、ひいては五條市の柿の流通ルートの特徴を明らかにする。その後農協や農家個人といった流通主体に注目し、それぞれが具体的にどのような流通ルートを確認・展開してきたのか詳述する。

1) 流通ルート概要

農林水産省が実施した令和3年度青果物卸売市場調査報告（産地別）では、全国の主要な卸売市場で販売された柿果実の上位生産地とその卸売数量が公表されている。第1表は五條市が位置する奈良県と全国1位の柿生産量を誇る和歌山県の柿の市場別出このうち農協を通じた流通について第2節で、その

他の集出荷団体を通じた流通について第3節で扱う。荷量をまとめたものである。また第1図は奈良県、和歌山県それぞれについて全卸売数量に占める各卸売市場の割合をグラフ化したものである。全体として和歌山県の卸売数量が奈良県を上回っており、例外は仙台市と横浜市のみである。一方でグラフを参照すると、全卸売数量に占める東京都への卸売数量の割合は奈良県の方が高い。奈良県は関東地方や東北地方への出荷が多く、和歌山県は西日本への出荷が中心であるといえよう。なお2020年農林業センサスによれば、奈良県全体の柿栽培経営体数は774、栽培面積は約109haである。一方で五條市の柿栽培経営体数は518、栽培面積は約94haである。すなわち奈良県内の柿栽培経営体の約67%が、また柿栽培面積の約86%が五條市に集中しているのである。よって奈良県産の柿の流通動向は概ね五條市の柿の流通動向を反映したものと考えられる。



写真1 直売所での柿の販売
(2022年11月23日 筆者撮影)

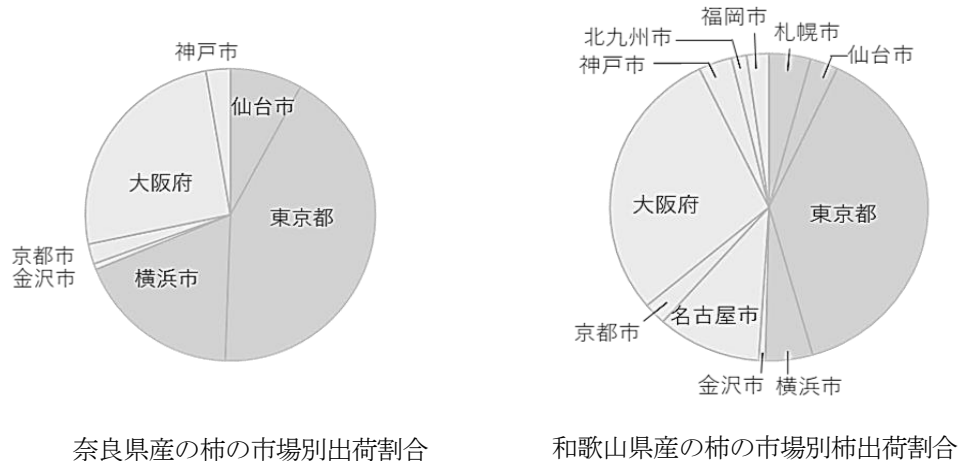
次に、各農家がどの流通経路を選択したかを示す出荷先別経営体数を検討する。出荷先別経営体数は2020年農林業センサスで「農産物の売上1位の出荷先別経営体数」として統計が作成されており、五條市の場合、「農産物の売上1位」は柿である。統計は旧市町村単位で作成されており、旧西吉野村と旧五條市域でデータを合計したものが第2表である。旧西吉野村は7割の経営体が農協に柿を出荷しており、旧五條市域では消費者への直接販売の割合が17.3%と高い。また旧西吉野村では2番目に多い出荷先が農協以外の集出荷団体である。五條市で生産された柿の流通経路は第2図のようにまとめられる。

第1表 奈良県・和歌山県の市場別柿出荷量（単位：トン）

	札幌	仙台	東京	横浜	金沢	名古屋	京都	大阪	神戸	広島	北九州	福岡	計
奈良	-	1,053	5,562	2,396	86	-	291	3,338	355	-	-	-	13081
和歌山	911	616	8,288	1,033	146	2,279	499	6,218	732	331	-	486	21539

令和3年度青果物卸売市場調査をもとに作成。

- はデータなしを示す。青果物卸売市場調査では各市場において入荷量の80%をカバーする入荷量上位の産地（都道府県）のうち上位5産地（都道府県）のみデータを示しており、実際には奈良/和歌山県の柿が出荷されているがデータがない場合もある。



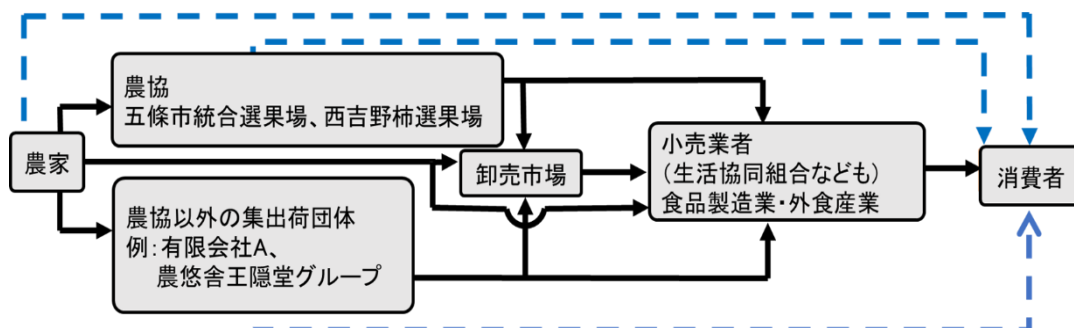
第1図 奈良県・和歌山県産の柿の市場別出荷割合

令和3年度青果物卸売市場調査をもとに作成。関東以東の市場を濃い色で示した。

第2表 五條市の柿出荷先別経営体数（単位：経営体）

	農協	農協以外の集出荷団体	卸売市場	小売業者	食品製造業・外食産業	消費者に直接販売	その他	計
五條市全体	494	95	141	77	8	129	63	1,007
	49%	9.4%	14.0%	7.6%	0.8%	12.8%	6.3%	100%
旧五條市	246	52	110	70	8	113	53	652
	37.7%	8.0%	16.9%	10.7%	1.2%	17.3%	8.1%	100%
旧西吉野村	248	43	31	7	0	16	10	355
	70.0%	12.1%	8.7%	2.0%	0.0%	4.5%	2.8%	100%

2020年農林業センサスをもとに作成。なお旧大塔村では柿は栽培されていない。



第2図 五條市で生産された柿果実の流通経路

注1：点線で示した消費者への流通ルートは、具体的には①直売所での販売、②電話、Fax、インターネットなどを通じた注文販売などを指す。

注2：加工品として利用される柿果実の流通経路は第4図～第6図を参照。

また第4節では流通主体として生産者（農家）に着目し、農家による消費者への直接販売などを取り上げる。

2) 農協を通じた出荷

戦後は1953年頃から五條や西吉野の柿栽培が本格化していったという。1950年頃、生産量の増加に伴って個人で選果したものをまとめて共同販売する方法が旧五條市で開始され、その後西吉野村でも大規模な共同選果場が数か所に設置された。東京への出荷は1958年から本格的になり、その後出荷先は東京が主体となった（岸上ほか 2003、岸上ほか 2004、農業農村整備情報総合センター編 2002）。農家への聞き取りによれば、選果場が設立され柿の安定供給が可能になった時期から、物資の集積地である東京青果で高評価を獲得しブランド化したいという戦略のもと、関東以北への出荷に注力してきたという。1955～57年に明治神宮の全国農産物品評会で丸森松二郎氏の「富有」が農林大臣賞を受賞し西吉野の柿が全国に知られるようになった。1959年には都民生活に柿が貢献したとの理由で東京都から西吉野村に感謝状が贈られるなど、着実に東京方面での評価を獲得し販路を広げたと考えられる（第29回全国カキ研究大会実行委員会編 1991）。

1998年に五條市内の9選果場が統合して五條市統合選果場が、翌年に西吉野村内4選果場（本場・分場・西部・北部）が統合し西吉野柿選果場が運営を開始し、市町村合併を経た現在も旧五條市の農家は五條市統合選果場に、旧西吉野村の農家は西吉野柿選果場に出荷している（第36回全国柿研究大会実行委員会編 2004）。なお現在奈良県内の農協はJAならけんに統合されている。

現在西吉野柿選果場で取り扱っている柿の量は毎年約13千トン～14千トンである。そのうち約12千トン～13千トンを卸売市場に出荷し、約500～600トンを外食産業や小売業、生活協同組合などに販売している。また選果場統合後は、選果場に併設した直売所や電話・FAX、インターネットによる通信販売にも取り組んでおり、年間約500～600トンの柿を消費者に直接販売している。また規格外品の販売

にも積極的に取り組んでおり、柿の加工会社への出荷や袋詰め商品としての小売店への出荷、消費者への直接販売を行っている。規格外品も積極的に販売することで農家個人が規格外品を個人販売する必要がなくなり、選果場の集荷率が向上したという（岸上ほか 2003）。

卸売市場への出荷については、奈良県内のどの選果場からどの市場へ何トンの柿を出荷するかをJAならけんで決定しているという。各選果場からの出荷先や出荷量は前年の出荷量や各消費地の需要を踏まえて市場の担当者と協議して決定される。またJAならけん西吉野柿部会に所属する農家への聞き取りによれば、JA統合前の各農協の出荷先なども踏まえ出荷先の調整が行われているという。

外食産業、小売業、生活協同組合などへの販売ではJAならけんが各業者と契約を締結しており、西吉野柿選果場で独自の販路を持っているわけではない。ただし「この業者に出荷する柿は西吉野柿選果場のもののみ」といった事例もあるという。

直売所は西吉野柿選果場に併設されており、10月初旬から12月頃まで営業している。そもそも直売所の開設は市場出荷できない規格外品の販路開拓の一環であったが（岸上ほか 2003）、現在では高品質な柿を中心に販売している。販売価格は市場価格より高く設定しており、「直売所で販売されるような高品質の柿を生産しよう」という生産者の向上心に繋げる狙いがある。ただ品質の良くない柿も袋詰めでの販売を続けている。渋柿（刀根早生・平核無し）の収穫期である10月には、平日は1日あたり約100名、休日は約200名の客が訪れる。また甘柿（富有柿）の収穫期である11月には、平日は1日あたり約200人、休日は1日あたり300～400人ほどが来店する。道路沿いの直売所ではないため、いずれも柿の購入を目的に西吉野に足を運んだ客（目的客）だと考えられる。ほとんどの客が自家用車で来訪するが、県外の客がおよそ6割、奈良県内の客がおよそ4割である。また県外の客は大阪や京都、兵庫といった近畿圏からの来店が中心である。

JAならけん西吉野柿部会では電話・FAXやインターネットでの柿の通信販売も行っている。インター

ネット販売は全国各地の JA の農産物を包括的に取り扱う「JA タウン」で「JA ならけんの柿」として販売されているものと、西吉野柿選果場独自の販売サイトから「西吉野の柿」を直接販売するものがある。西吉野柿選果場からの直接販売では高品質の柿を中心に販売している。全国各地からの注文があるが、近畿圏の人が贈答用の柿を注文して配送先を関東に指定するケースが目立つという。ただ西吉野柿選果場独自のインターネット販売は 2023 年 3 月末に販売を停止することとなった。購買者の年齢層が高く、インターネット販売での購入方法について電話で問い合わせる事例がこれまで多かった。その問い合わせの電話で注文を済ませる事例が結果的に多くなり、インターネット販売の問い合わせに対応する手間を省くため、販売自体を取りやめることにしたという。電話・FAX による注文販売は今後も継続される。

3) 農業出荷団体を通じた出荷

五條市には農協以外の農業出荷団体も多数存在しており、本節では西吉野町に位置する有限会社 A と農悠舎王隠堂グループを事例として取り上げる。

有限会社 A は地域の複数の農家で運営している集出荷団体であり、全国の生活協同組合への出荷と卸売市場への出荷を行っている。1980 年代頃、親の跡を継いで就農した若手農家らが「農協経由ではなく、自分たちで生産したものを自分たちで販売したい」との思いで組合を設立した。奈良、京都、滋賀など近畿圏や埼玉県の生活協同組合などに自ら営業を行い販路を開拓したという。現在は柿と梅を取り扱っており、柿の生産者は 18 軒加入している。加入農家の柿生産量は約 800 トンで、約 4~5 割を生活協同組合に出荷している。生活協同組合からの発注量を見込んで多めに柿を確保し、生活協同組合への出荷後、残った柿を卸売市場に出荷している。現在取引している市場は東京と岡山である。生産者が安定した収入を得られることを重視しており、生活協同組合への出荷を中心に据えているのも毎年安定した価格で購入してもらえるからだという。

農悠舎王隠堂グループは、農業生産法人である有

限会社王隠堂農園（1984 年設立）を中心に、紀伊半島各地の農業生産団体や農産物加工会社などで構成されるグループ会社である。その中でも有限会社農悠舎王隠堂は農産物や加工品のインターネット販売を、株式会社パンドラファームグループは農産物の集出荷や加工を行っている。生産者らは 1970 年代から有機農業に取り組んでおり、1980 年代には産直事業を開始した。パンドラファームグループが契約農家から柿を集荷し、パンドラファームグループから農悠舎王隠堂に出荷した農産物を、農悠舎王隠堂がインターネットを通じて販売している。現在パンドラファームグループでは奈良県（五條市や下市町など）や和歌山県（紀の川市など）の柿農家 80 軒以上と契約しており、基本的に農家には全量出荷を求めている。虫害などで果実としての販売には適さない柿も加工用などに活用するため全て出荷してもらっている。パンドラファームグループでの柿の取り扱い量は年間約 450 トンであり、大半をあんぼ柿などに加工している（詳細は第 4 章を参照）。また全国の生活協同組合への販売にも注力しており、パンドラファームグループからの出荷の約 6 割が生活協同組合への出荷である。生活協同組合は仲卸を介さずに生産と消費を繋げることを重視しており、情報を開示して生産物を直接消費者に届けるという農悠舎王隠堂グループの理念に通ずるという。残りの 4 割ほどは自然食品店や百貨店への販売であり、自社通販による販売は僅かである。

4) 生産者による消費者への直接販売など

農協やその他の集出荷団体に柿を出荷している農家にも、小売業者や消費者への直接販売を手掛けている人は多い。本節では一例として森本裕樹氏を取り上げる。森本氏は西吉野地区で 3 代続く柿農家で、4.5ha の柿農園を所有している。栽培している柿の品種は富有柿、刀根早生、松本早生、平核無、江戸柿であり、豊作だった 2021 年の収穫量は 112 トンほどであった。JA への出荷に加え、農産直販モリモトとして卸売市場への出荷や自社のインターネット販売サイトを通じた消費者への直接販売を行っている。また柿の収穫期には直売所での直接販売や完

全予約制の柿狩り体験も実施している。農産直販モリモトは柿の加工も手掛けており、あんぽ柿や柿チップといった加工品も生産・販売している。

柿果実の流通ルートは品種ごとに決定しており、刀根早生はほぼ全量を農協へ出荷している。また富有柿は約半分を加工用とし、残りは主に消費者へ直接販売している。その他の品種も直接販売が中心だという。

森本氏によれば、農協に柿を出荷するメリットは①柿の渋抜きをしてもらえる点と②虫害などの情報交換ができる点だという。また直売所運営は数十年前から行っているが、インターネット販売は近年開始したばかりである。インターネット販売では全体として名古屋以东からの注文が多い。例えば干し柿や関東や名古屋方面からの注文が多く、生の富有柿は沖縄や北海道からの注文もあるという。沖縄・北海道は柿の産地ではないため、かえって産地直送の柿が好まれている可能性がある。柿狩り体験は大阪など近隣府県からの客が多く、大半がリピーターである。

なお、当初は傷物の柿を加工品用としており、加工品に使用する柿は全て自家農園のものであったが、インターネット販売を拡大し加工品の生産量を定量化し始めてからは、必要に応じて他農園から柿を仕入れている。

なお森本氏は柿を5品種生産しているが、このように複数の品種の柿を生産する農家が西吉野では大半を占める。柿は品種ごとに収穫時期が異なり、複数の品種を組み合わせることでより長期間柿の収穫が可能であり、収穫量を増やすことができる。また柿以外の農産物と組み合わせた複合経営を展開する農家も多い。五條市で柿の生産・販売を行っている農業経営体17軒のウェブサイトを確認したところ、柿以外の農産物も販売用に生産している農業経営体は16軒にのぼった⁴⁾。そのうち梅を生産しているのは9軒、桃を生産しているのは4軒であった（重複あり）。

Ⅲ．柿の葉における流通経路

本章で示すのは柿果実と並んで柿の生産物の1つ

である柿の葉の流通である。柿の葉は五條市を含む奈良県内において県を代表する郷土料理柿の葉寿司に利用されるなど生活に身近な農業生産物でありながら奈良県内を管轄するJAならけんにおいて出荷流通の扱いが行われておらず、詳細な流通経路は明らかになっていない。よって五條市に本社を置く柿の葉寿司メーカー2社をはじめとする柿の葉の生産と流通に携わる諸組織への聞き取りを行うことで経路の大枠を明らかにした。



写真2 柿の葉

(2022年12月22日 筆者撮影)

1) 時代的変遷

柿の葉の流通には時代による変化が認められる。柿の葉寿司が郷土料理として発達した歴史を持つことから、かつての柿の葉は柿を生産する農家の家庭内で生産と消費がなされていたことが窺える。柿の葉寿司の発祥は江戸時代中期と考えられており、特に五條や吉野では7月の農閑期に夏祭りのごちそうとして作られてきたと伝えられる。先行研究では奈良県内において現在の柿の葉の収穫時期もこの時期にかかることが示されている（門ほか 2009）。

また五條市内で柿果実の生産を行う農家への聞き取りによって、今から20年ほど前の2000年代頃までは農家の副収入として柿の葉が柿の葉寿司製造会社に直接販売されていたことが明らかになっている。だが現在では、柿果実の栽培用の農薬を使用した柿の木からは、加工・販売用の柿の葉を採取し利用することができない。自らの柿農園の葉を拾って個人的に柿の葉寿司を作る農家は現在でも見られるが、柿果実農家が副収入として柿の葉を販売するという

経路は主流ではなくなった。

2) 現在の流通

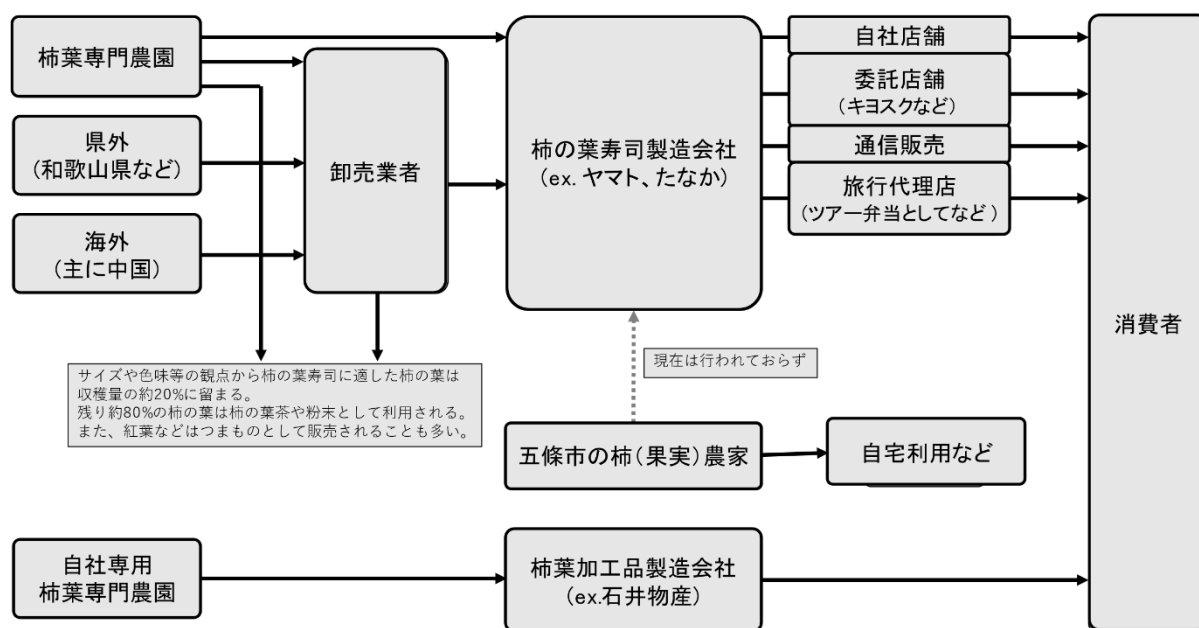
本節にて現在の流通構造を第3図に示す。現在五條市内の柿の葉寿司製造会社が用いる柿の葉は多くを奈良県外から卸売業者を介して仕入れている。日本国内における柿の葉自給率は現在約10%であり、残りの約90%は中国産である（五條市 2022）。中国からは柿の葉茶用として届出があったものでも175.9トン（2007年）の輸入実績がある（厚生労働省 2007）。したがって五條市内の柿の葉寿司製造会社においても中国産の柿の葉を多く用いている。株式会社柿の葉すし本舗たなか（以下、T社）ではその他和歌山県産の柿の葉も用いているという。ただ一部は五條市内（旧五條市域）の柿の葉を栽培する契約農園からも直接仕入れている。

仕入れにあたってはサイズ（号数）の規定が柿の葉寿司製造各社ごとに設けられている。契約農園では一社のみと契約をしている訳ではなく各社の規定に従ってそれぞれに葉を出荷する。先行研究で明らかになっている2009年時点ではT社で年間1000万枚の柿の葉が使用され、うち440万枚（約44%）が奈良県産、株式会社柿の葉すしヤマト（以下、Y社）

では年間1400万枚使用のうち140万枚（約10%）が奈良県産にあたる。柿の葉の価格だが、中国産で1枚あたり3円程度、国産で4～4.5円程度で販売される（五條市 2022）。T社の行っている契約農園からの直接仕入は価格を抑える目的もあるという。

五條市内に本社を置く2つの製造会社は共に工場も五條市内に持ち、そこで製造した柿の葉寿司を各地に出荷する。T社は市内4店を含んで県内に16店、近畿14店（大阪府7店・京都府1店・兵庫県2店・和歌山県4店）、東京都3店、愛知県1店の直営店舗及び東京都から福岡県にかけて委託店舗を、Y社は市内1店を含んで県内に9店、和歌山県に1店を有する。両社は共にネット通販も展開し、旅行代理店向けの商品展開も行なっている。店舗の立地はT社では駅構内や百貨店が目立ち、贈答品や弁当としての柿の葉寿司の商品特性を反映するものと窺える。こうした各地への出荷を、先述した柿の葉の生産時期に左右されず年間通して行うため、使用する柿の葉は基本的に緑色の葉を塩漬けしたものになる。ただ時期と数量を限って紅葉や若葉を使用した商品も販売される。

なお柿の葉のもう1つの利用として挙げられる柿の葉茶について五條市内では石井物産が製造者とし



第3図 柿の葉の流通経路

て挙げられる。こちらの詳細は後述するが、天理市の自社農園で生産される柿の葉のみが使用されており、独自の流通構造が構築されているといえよう。

3) 柿の葉生産の将来計画

本節では現在五條市やその周辺で進められている柿の葉生産の新しい計画について記す。柿の葉寿司をはじめ、かつて地産地消で回っていた柿の葉の流通は先述の通り、現在外部からの移入を主軸とするものへと変容している。ただ先行研究及び聞き取り調査からは、柿の葉の消費者である柿の葉寿司製造会社においてできれば地場産の柿の葉を使用したい、その割合を増やしていきたいとの考えが存在することが窺える。生産側からも柿の葉の増産に向けた計画立てが進んでいる。柿果実の栽培より軽作業で済むことから高齢者向けの栽培品目として注目されている。先述の通り夏期を中心に出荷時期が分布することから柿果実生産の繁忙期にあたる秋期の収穫時期に重ならず、雇用の創出となることも利点である。生産拡大にあたっては県による指導・補助も大きい。

柿の葉の生産及び用途など総合的な研究開発を行っているのが奈良県農業研究開発センターである。一例として前身である奈良県農業総合センター（2013 年の組織改編により現体制へ移行）果樹振興センターではアスコルビン酸と塩化ナトリウムを含んだ保存液を利用した柿紅葉の長期保存技術を開発しており、特許を取得している（櫻井 2013）。また県は農業改良助長法に基づいて農業生産の増大、生産性の向上などを目的とする協同農業普及事業を展開しているが、出先機関である南部農林振興事務所により、その 1 つとして柿葉の安定生産体系の確立が目指されている。具体的には柿葉生産者や農事組合法人を対象として、収益確保に適した栽植密度を検討する展示圃の設置と栽培指導、害虫対策の検討、出荷先の開拓などを活動内容とする。農林振興事務所を仲介として生産者と柿の葉寿司製造会社のマッチングも支援した。成果として 2014 年度より 2019 年度にかけて柿の葉栽培面積及び出荷枚数共に増加している（南部農林振興事務所農業普及課

2018）。

また、五條市内では 2020 年度より奈良県五條市地域商社（組織の詳細は後述）主導の柿の葉生産の試みが始まっている。地域商社は前述の奈良県農業研究開発センターからの情報提供を受け、柿の葉生産ビジネスの確立を目指している。それによれば、五條市の中でも元来あまり柿生産と縁のなかった大塔地域にある地域商社関係者の土地にて、苗木の植え付けを行い柿の葉農園としてビジネス化することを目指している。2020 年 2 月に約 150 本の苗木植え付けを実施した。それに先立ち耕作地の地拵え及び獣害防止ネットの設置なども行った（五條市 2022）。葉の収穫は植樹 5 年目から可能になると見込んでいる。成木になるには 10 年かかるとされる。5 年後時点で 1 本あたり約 10kg 約 5000 枚、成木では 70kg の収穫量が見込まれる。そのうち 20%が柿の葉寿司用に、残り 80%がその他の原材料用となる。これは柿の葉寿司に使うことのできる葉に規定が設けられているためである。80%の具体的な利用方法としては柿の葉茶のほか、粉末にすることで麺類に練り込んだ商品の開発を地域商社では検討している。今後の計画として苗木をさらに 500 本追加で植樹するほか、栽培地の特性に適した栽培方法の検討、商品化に向けた研究開発を進めていくとされる。商品の流通部分では五條市における地域ブランドの振興を担う「五條市産業ブランド推進協議会」との協働を図る方針である（五條市 2022）。

五條市以外の主体による動きとしては、五條市に隣接し五條市と並んで柿栽培が盛んである吉野郡下市町の柅原地区の事例が挙げられる。柅原地区では、農事組合法人旭ヶ丘農業生産販売協同組合を主体として柿の葉の生産振興が行われている。これは 2011 年 11 月に立ち上げられた「高齢営農者を支える『らくらく農法』の開発」プロジェクトの一環であり、高齢を理由に農業を諦めようとしている営農者がさらに 10 年、楽に楽しく営農できるようにすることを目標として計画された。こちらにも奈良県農業研究開発センターが関わった。先述のマッチングや栽培指導が行われていた。組合全体での生産量は 2012 年の約 16 万枚から 2015 年に約 50 万枚を超

え、2021 年時点では年間約 50 万枚の出荷を行っている。柿の葉生産者も当初の 4 名から 2021 年時点で 11 名まで拡大している。柿の葉用の農地は約 10ha である。旭ヶ丘農業生産販売協同組合では障害のある人々の地域生活を支援する団体である「NPO 法人どろんこ畑」とも連携し、楽しく働きやすい作業環境づくりにも取り組んでいる（全国町村会 2016;近畿農政局 2021）。

IV 柿加工品における流通経路

本章では、柿加工品における流通経路を明らかにするため、柿加工品を扱っている 3 つの事業者へのインタビュー調査の内容をまとめた。3 つの事業者は、株式会社石井物産、株式会社柳澤果樹園、農悠舎王隠堂グループである。

1) 株式会社石井物産の事例

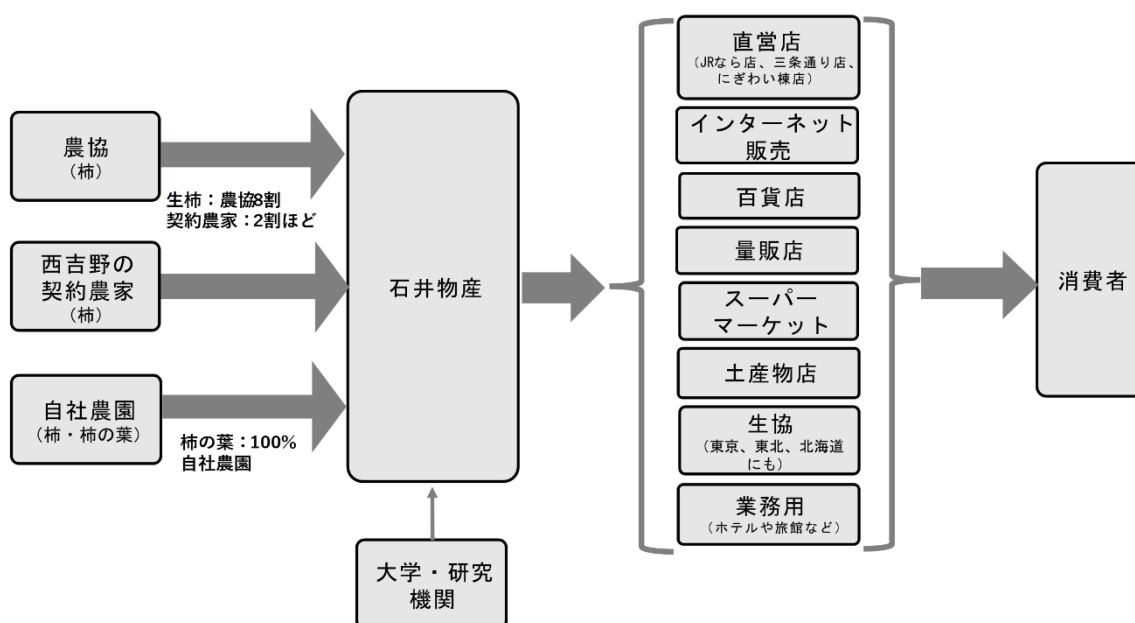
本節では、五條市で柿の加工品を販売する株式会社石井物産（以下、石井物産とする）を対象に、柿の加工品の流通ルートとその背景について整理した。本調査では、石井物産へ 2023 年 1 月にオンラインでインタビュー調査を実施した。また石井物産のホームページの情報も参考にした。

まず石井物産の会社概要についてまとめる。石井

物産は 1965 年に前身の石井商店として創業された。当初は梅と茗荷の加工事業から始まり、柿の加工は 1981 年に始まった。柿の葉の生産は 1988 年に開始した。2013 年に柿畑を購入したのを機に、柿の葉専用の畑を作り農薬を使用しない栽培を開始した。現在まで全部で柿の加工品を 60 品目ほど生産している。

石井物産で加工する柿は、8 割程度を農協から仕入れているが、農協には百貨店からの買い付けも多い。そのため農協以外に、個人で契約している農園から仕入れている。農園と契約することで、柿が不作の際などのリスク分散になっている。一方で柿の葉は奈良県天理市にある自社農園で 100%生産している。自社農園で生産するのは、有機 JAS へのこだわりがあげられる。

柿および加工品の出荷先については、直営店、百貨店、量販店、スーパー、土産物屋、生協、業務用の販売など多様な流通ルートがみられる。直営店は、JR なら店、三条通店、にぎわい棟店の 3 店を展開している（2023 年 2 月現在）。生協からの出荷先として、東京や東北、北海道など柿が栽培されない地域にも展開している。業務用としてはホテルや旅館にも出荷している。以上のように多様な流通ルートがあることでリスク分散に繋がっている。例えば、



第 4 図 石井物産における柿・柿の葉・柿加工品の流通経路

2020 年以降のコロナ禍では土産業界の売り上げが減少した一方、スーパーなどでの販売は増加した。多様な流通ルートが景気の変動に対しても安定した収入を確保する基盤となっている。

また近隣の店舗への出荷先として、柿の葉寿司やまとや柿の葉すし本舗タナカの店舗でも石井物産の商品を販売している。柿の葉寿司やまとや柿の葉すし本舗タナカは、直営店の数がそれぞれ数十店あり、売り上げも見込める。販売商品も柿の葉寿司と他の加工品と棲み分けもみられるため、競合しない。以上のように五條市内の柿関連会社との協力関係も見られる。



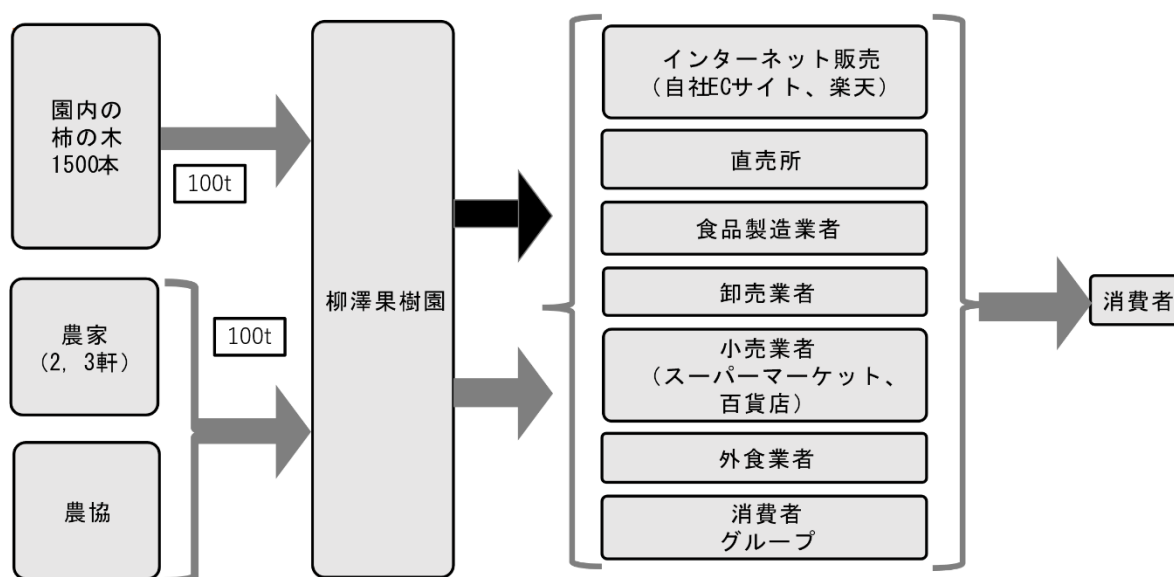
写真3 柿加工品

(2023 年 1 月 13 日 筆者撮影)

また柿の加工に関して、近隣の大学や研究機関との連携がみられる。奈良県の産業振興センターがハブとなり、大学や研究機関、柿の専門家の紹介などの情報交換がみられる。さらに石井物産は、「柿の専門」を商標登録し「柿を科学する」「柿を素敵なフルーツに」といったコンセプトを掲げることで、ロコミで石井物産の商品が伝わるよう工夫をしている。会社や提供商品のブランド化も柿の流通・加工・販売において大きな役割を担っているといえる。

2) 株式会社柳澤果樹園の事例

本節では五條市で柿の加工品を販売する株式会社柳澤果樹園（以下、柳澤果樹園とする）へ行ったインタビューから柿の加工品の流通ルートとその背景について把握する。柳澤果樹園は奈良県五條市西吉野に立地し、約 150 年続く柿農家の 5 代目の柳澤氏を社長として柿をはじめとした農産物の栽培・加工・販売を行っている。国内にとどまらず海外へ視野を向け、カンボジアや香港へ生柿や加工品を輸出していた。人のためになりたい、喜んでもらいたいという理念の下で、直売所やカフェ、グランピングといった事業も行っている。柳澤氏へのインタビューから作成した、生柿及び柿加工品の流通ルートは以下の図（第 5 図）の通りである。



第 5 図 柳澤果樹園における柿・柿加工品の流通経路

まず柳澤果樹園での柿の仕入れについて記す。柳澤果樹園は園内に面積 5.5ha、1500 本の富有柿の木を所有し栽培しており、五條市内の農家の内では真ん中より上ほどの規模だという。自社農園からは 100 トン程で農協と複数の農家から合わせて 100 トン程仕入れており、農協から最も多く柿を仕入れている。仕入れ先の農家は西吉野が中心で、内 10 件ほどは若い農家である。こうした農家が柳澤果樹園に出荷しているのは柳澤果樹園が固有の出荷先を持っており農協よりも高い値段で仕入れることが可能なことが背景にある。農協や他の農家から仕入れて出荷する形態の農園は他にも 2、3 軒あるという。

次に柳澤果樹園での柿の出荷について記す。生柿はイオンなどのスーパーや百貨店といった小売業者、食品製造業者、外食業者へも出荷しており、良県のスイーツメニューとしても使用されている。また、物価上昇、コロナ禍の巣ごもり需要が終わり旅行に外出する人が増えたことを背景に柿の在庫が余った時期には、大阪で 10 家族ほどの消費者のグループが SNS などの呼びかけに応じ購入した。仲卸業者ともつながり、在庫 40 トンのうち 20 トンを販売した。

10 年前、柳澤氏の親の代（4 代目）までは柿を農協に出荷していたが現在は出荷していない。種無し柿は名古屋など中部へ出荷し、富有柿は主に関西へ出荷している。さらに柳澤氏は早くから海外へも視野を広げており、カンボジアや香港をはじめとした東南アジアへの輸出も行っていた。

次に柳澤果樹園での柿及び柿の加工品の販売について記す。仕入れた柿は柳澤果樹園の直売所での直接販売、ふるさと納税、郵便局のカタログ販売を通じて販売している。カタログ販売の「ふるさと小包」は、お歳暮など 11、12 月が繁忙期となる。自社ホームページと楽天のインターネット販売サイトでは自社農園の柿を販売しており、8 割がインターネット通販で販売している。フードロス削減のため、園の柿を使ってジャムを作っており直売所やネット通販で販売している。

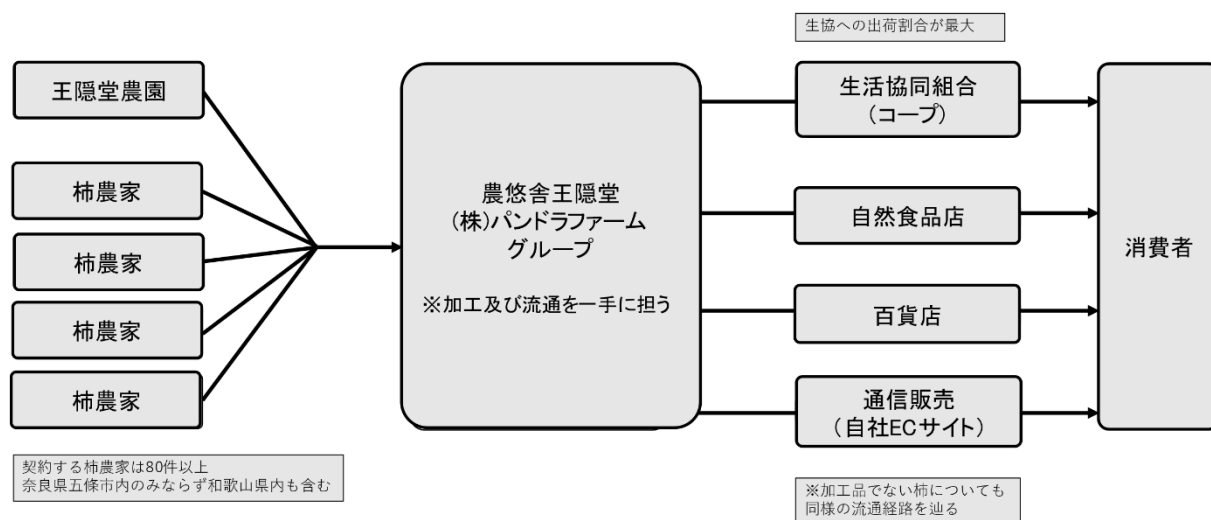
園のカフェではヨーグルトやピザの材料としてこのジャムを提供している。このカフェは 13 年前柳澤氏が 35 歳の時に始めた民宿の夕食提供の場とし

て併設され、柳澤氏の配偶者が経営を行っている。カフェ併設の翌年には直売所、同年にインターネット販売を開始した。インターネット販売はカフェの求人広告を見た、HP 制作会社からの営業を受け開始し、園のカフェ来店のきっかけになればと考えている。インターネット販売の顧客はほとんど固定客であり、購入時には顧客からメッセージをもらうという関係性を築いている。インターネット販売の顧客の中には、柿がどこでどのように作られているのか知りたい、きれいな景色を見たい、カフェを訪れてみたいといった理由で直売所やカフェに直接訪れる人もいる。

柳澤果樹園は従業員を抱える法人であるため、柿の直接販売にとどまらず、インターネット販売、飲食、加工品、ニンニクなどの柿以外の農作物の栽培といった事業づくりにも取り組んでいる。

最後に、海外への事業展開について記す。柳澤氏は 20 歳で就農し、36 歳になる年に上海で農業に関連した起業経験がある。また他企業の協力を受けて冷蔵での柿の輸送技術を開発し、市場に将来性を感じたカンボジアで起業して農産物の輸出入や加工に取り組んだ（関 2017）。具体的には、カンボジアの現地法人ジャパン・ファームプロダクツを通じて、柳澤果樹園が買い付けた規格外品の柿を輸出して現地で加工し、ドライフルーツとして輸入することが試みられた。だが、物流のリスクやコストの問題で現在は取り組まれていない。ジャパン・ファームプロダクツのホームページによると、当法人は食の安全と雇用の確保という農協的な役割を担うことを目的とするカンボジアの現地法人であり、現在はドライフルーツやナッツ類の輸入、日本産の青果物の輸出、海外での農業生産及び農産加工を行っている。日本よりも温暖な気候の東南アジア諸国では育ちにくい柿は人気があり、現在はシンガポールとマレーシアへの展開にも目を向けている。柿の販売だけでは従業員の給料を安定的に確保できないため、飲食や加工品、ニンニク栽培など、柿の販売以外の事業作りに取り組んでいる。

以上のことから、柳澤果樹園では園内で所有する柿を使って自社で加工したジャムなどの加工品を直



第6図 王隠堂における柿・柿加工品の流通経路

売所、自社インターネット販売サイトで販売するほか、園のカフェのメニューとして消費者に柿を届けている。柳澤果樹園では加工品の販売はあくまで、生柿として販売予定の園内の柿のフードロス削減を目的としており、加工品のための柿の栽培は行っていない。柳澤果樹園では柿の仕入れ先、加工品の販路が複数存在しており、フードロスのための加工品の生産と販売、他事業への展開という点に、流通ルートが多様性とリスク分散という背景が見られるといえる。

3) 農悠舎王隠堂グループの事例

本節では先述の有限会社農悠舎王隠堂及び株式会社パンドラファームグループの柿加工品に関する部分について詳述する。グループのホームページによれば柿の加工・流通を担うパンドラファームグループは1996年に生産者の共同出資によって地域共同センターとして発足した。地域共同センターとして柿や梅などの加工や流通を共同化し生産者が農業に専念できること、及び出荷商品の品質安定化を果たすのが目的であった。また農閑期も含め1年中働ける場を作り出すという意味合いも持っていた。聞き取り調査によれば現在は年間約450トンの柿を加工

して出荷している。前述の通り使用する柿は奈良県、和歌山県を中心に80軒以上の契約柿農家から入荷する。うち約300トンをあんぽ柿へ、約150トンを干し柿に利用する。乾物であるため水分量の減少に伴い加工品の重量は加工前の20%程度になる。総生産量としては約90トンである。

加工に供する品種は主に平核無と刀根早生である。刀根早生の収穫時期が9月下旬から10月中旬にかけて平核無の収穫時期がそれから11月初旬にかけてであるため、加工品の製造は9月から12月初旬にかけて行われる。あんぽ柿の生産量が多くなるのは加工の容易さにある。干し柿は冬の寒気（日中平均気温18℃以下）に数週間晒す必要があるため手間が大きい。一方あんぽ柿は皮むきを行った後3日間工場で乾燥機にかけることで完成する。あんぽ柿に使用する柿は比較的熟度の浅いものである。これは熟した柿をあんぽ柿にすると黒ずんでしまい、見た目が好ましくないためである。

あんぽ柿を製造する乾燥機には灯油を用いており、1日の使用量は100Lに上る。したがって燃料費の高騰はあんぽ柿の製造に大きな経済的影響を及ぼし得る。パンドラファームグループでは値上げも検討の上実施しているが、値上げには当然販売量の減少が

伴う。その様子を見極めながら慎重に価格は調整されている。

またこれら加工品の製造には加工にあたって添加物や保存料などを使用しないのがパンドラファームグループの理念である。

完成した加工品は生活協同組合を中心に出荷される。自然食品店や百貨店も出荷先となる。また、桐箱に梱包した贈答品用の商品も用意されている。これも生活協同組合を中心に出荷を行い、生協ではお中元やお歳暮用として販売がなされている。自社通販サイトでのインターネット販売は 20 年ほど前から始められており、年 2 回春秋の梅と柿それぞれの時期にカタログを更新している。ただ現状、固定客が多く割合としては多くない。これらパンドラファームグループを中心とした農悠舎王隠堂における柿加工品の流通経路は以下の通りである。

また、農悠舎王隠堂グループでは新規顧客を取り込むため柿を使用したバターサンドなどのスイーツ商品やドライフルーツといった商品開発も進めている。2018 年にはあんぽ柿に用いられる熱風乾燥のほか真空乾燥とフリーズドライの 3 つの乾燥技術を持った工場（和歌山県紀の川市）でドライフルーツなど乾物類の製造販売を行う株式会社ポタジエをグループ内に立ち上げている。他にも SNS で商品の告知も行なっており、積極的な顧客取り込みが図られている。

農悠舎王隠堂グループではこうした加工品の流通販売について今後は生産側がイニシアチブを握っていく時代であると考えている。具体的にはこれまで価格や出荷量など仲卸業者や小売業者が中心となっていた部分について、第一次産業の従事者が減少し、国内における農業生産の規模が縮小しているからこそ生産者がどこにどれだけ販売するかを決定するのが主流となっていくということである。農業生産規模の縮小という危機であっても別の視点からは好機と捉えられると考え、その好機をどう活かしていくかを模索している。

V. 流通における女性の関り

本章では、ジェンダー視点に基づき、奈良県五條

市における柿の加工品の流通において女性がどのような役割を果たしているのかについて、JA 女性組織及び柳澤果樹園関係者へのインタビューで得られた事例から明らかになったことを詳述する。

1) 柳澤果樹園

本節では、第 4 章で前述した柳澤果樹園社長の柳澤氏へのインタビューから、特に女性のかかわりに関して明らかになったことを記す。

前述の通り、奈良県五條市に立地する柳澤果樹園の社員はカフェのスタッフを含めて 20 人ほどで、農園のみだと 8 人ほどである。農園では収穫期に男性を 3 名ほどアルバイトとして雇う。社長の柳澤氏ともう一人の社員以外は全員女性である。仕事上で給料などの男女の隔たりはないという。カフェのスタッフは、高校生と主婦で、高校生は先輩が後輩に紹介したり、店内のチラシを見て応募したりして集まった。主婦たちはママ友のつながりで集まった。加藤・谷口（2009）によれば、個人的なつながりのなかった農家女性たちが地域の交流施設のレストランオーナーの発信によりつながり、利益よりも自ら育てた食材を提供する喜びを動機として農家レストランを経営する事例もみられる。

柳澤果樹園では柿のジャムをはじめとする加工品を生産・販売しており、柳澤氏は商品開発の際に必ず女性スタッフの意見をもらうという。同氏による原価計算を受けて、「この価格ならどういう場面で購入するか」という消費者目線での価格設定をシビアに見た女性の意見をもらう。これを受けてパッケージ、棚、配置などを考えている。実際に購入するのは多くが女性であり、直売所などでは直接アドバイスをもらうことができる。直接訪れる顧客、特に年配の方からは率直な意見をもらえる。直接販売を重視しているからこそ、消費者のニーズを女性からの直接の意見をもらうことで把握することができる。

柿の加工は難しいが、生鮮よりも時期に縛りがあるため事業として重要である。柳澤氏によれば、柿の一級品を作る、といった生産者の一方的なこだわりだけでは商売にならない。世の中に望まれているものを作り、ストーリーを得ることでより多

くのファンを獲得することが大切だという。こうしたビジネスにおいては、実際に商品を購入する女性による消費者目線をえられることが商品を消費者へ届けるルートの円滑化につながっていると考えられる。また、カフェ店員がママ友や高校生同士の関係性で繋がっており、女性のネットワークが販売の担い手提供の基盤となっていると言える。

2) JA 女性組織の取り組み

JA 女性組織とは、JA をよりどころに食や農に関心のある女性が集まり活動を行っている組織である。かつて農協婦人部と呼ばれた JA 女性部は農村における主要な女性グループの一つである。JA 女性部の中には 20～45 歳の若い世代を中心としたフレッシュミズ部会を設置しているものもあり、子育て世代の交流の場（本田ほか 2022）で、事業利用と組織づくりを結び付ける役割を担っている。

今回は JA 奈良県女性部関係者へ、その活動についてインタビューを行った。JA ならけん女性部でも食育をはじめとした活動が行われており、五條市でも JA ならけん女性部メンバーによる自主的な活動が行われている。食農や暮らしに関心のある女性が集まってメンバーの関心に基づいて活動しており、その活動内容は手芸などの趣味や、体操などの健康、清掃活動などの環境など、幅広い。活動の目的としては地産地消、住民交流を通じた地域活性化である。女性ならではの活動を支援する取り組みや起業支援は JA ならけん女性部ではみられず、活動内容はあくまで趣味の範囲である。市内でのイベントを女性部が主体となって運営することはなく、農協の展示会などイベントへは積極的に参加している。柿の加工グループはないが、金山寺みそや普通のみそを自分たちで育てた野菜を使って作り地域のまほろばキッチンで販売している⁵⁾。

JA ならけんのフレッシュミズには 8 名が所属しており、5 人は仕事勤めで 3 人は子育て主婦である。参加のきっかけは、メンバー自らではなくメンバーの紹介がほとんどである。頻度としては隔週で活動するが、働いているメンバーが多いため定期的な活動ではなく単発で 3 か月に一度程度で活動を行って

いる。助成金を使い、JA の空き施設で活動している。メンバーは自分らしく生き生きとした暮らしを目指しており、年齢層以外は女性部の活動と変わらないという。

今回の聞き取りからは、五條市における JA ならけん女性部及びフレッシュミズという女性組織が柿及び柿の加工品の流通において直接的な関りがみられるとは言えなかった。しかし小川（2017）によれば、JA 女性組織のメンバーの声で朝市の運営、加工品の販売を開始し売上や規模を拡大した事例が見られている。女性メンバーは消費者との交流を通じて消費者の実体験による理解と消費者との良好な関係の構築を実現している。女性が農業の 6 次化、高付加価値化において生活者・消費者目線を提供しているといえる。JA ならけん女性部においても食や農に関心のある女性たちが自主的に集まって活動する事例が味噌の加工グループで見られた。柿及び柿加工品の生産者と消費者の良好な関係を構築するような、メンバーによる自発的な活動の可能性は十分考えられる。

VI. 流通における地域商社の関り

五條市においても、2020 年 4 月に一般財団法人大塔ふる里センターを母体とし、『五條市の魅力や課題を有機的につなぐプラットフォームとなり、官民連携で五條市を稼げる地域にすることを目指して』五條市地域商社が設立された（五條市 2019）。地域内経済循環・経済産業振興・地域雇用促進・地域人材育成・関係人口創出の「五つの企業理念」を掲げている。

以下では地域商社に着目して、柿及び関連商品のかかわりについて整理する。本節では、地域商社の役員、道の駅での柿および加工品の販売、柿の葉事業を取り上げる。

まず、五條市地域商社に加盟している事業者には柿農園および柿加工品会社が含まれている。五條市ホームページによると関連企業として、五條市、五條市観光協会、NPO 法人、銀行、森林組合、株式会社、農業生産法人などが加盟しており異業種の連携が図られている。五條市 100%出資の一般財団の法

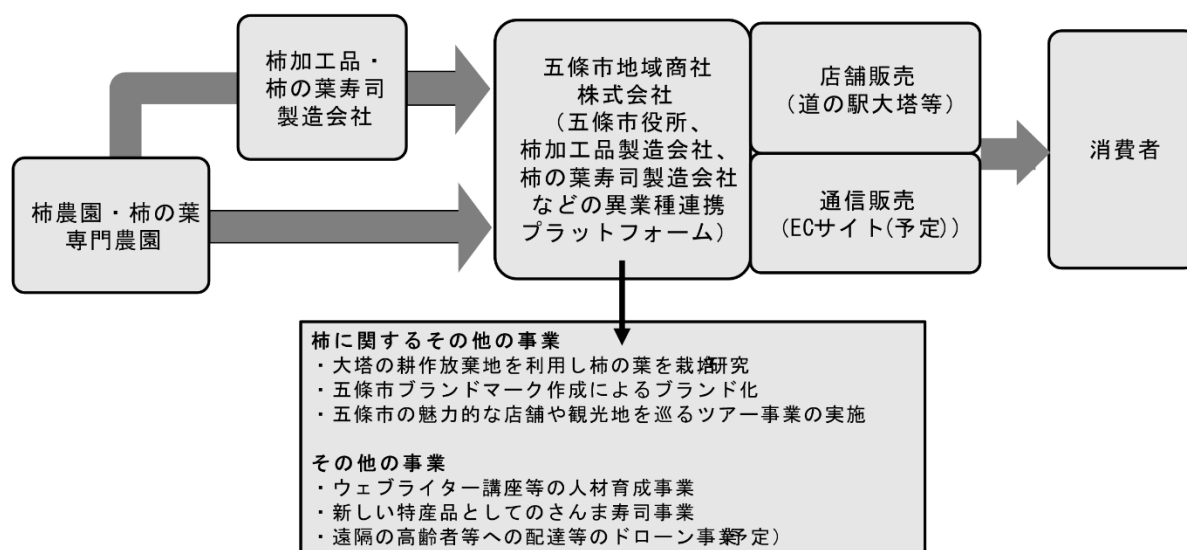
人である一方、経営陣には民間人材を登用している。2019年度4月より6名の理事が就任し、それぞれの事業で培ったノウハウや経験を生かして事業を進めている。理事長として、柿の葉寿司ヤマトの代表取締役、理事として柳澤果樹園の代表取締役が就任するなど、柿及び柿加工品会社の経営者が五條市地域商社の事業を進めている。

柿および加工品の販売事業としては、道の駅「吉野路大塔」での柿の販売があげられる。道の駅「吉野路大塔」では、五條市大塔町の様々な観光情報を

業発展に取り組むなど、民間だけでなく行政のバックアップがあるからこそ地域の課題解決に向けた取り組みとして実施されている。

VII. おわりに

本研究では、市町村単位で全国1位の柿生産量を誇る奈良県五條市において、柿および柿関連商品がどのように流通しているのか、その経路と多様性を明らかにした。文献調査や聞き取り調査などを通して得られた知見は以下のようにまとめられる。



第7図 五條市地域商社における柿・柿の葉・柿加工品の流通経路

はじめ、特産品を一堂に集めた総合案内センターとなっている。柳澤果樹園を含め数件の農家が、大塔に柿を出品している。五條市における柿および加工品の流通経路の一つとなり多様性とリスク分散に繋がっているといえる。

柿の葉の事業としては、柿の葉ビジネス事業があげられる（五條市 2022）。第3章で前述した通り、現在国内で使用されている柿の葉の9割が中国産である。奈良県五條市は日本一の「柿の葉寿司」生産地であり、柿の葉の市内自給を目指している。そこで2021年度には、苗木の植え付け、品質管理に関する調査研究、柿の葉寿司以外の葉の販路の検証、耕作地の地柵えおよび獣害防止ネットの設置を行った。これらの事業は、現状市内で最も人口減少と高齢化率の高い旧大塔村エリアの有休山林を活用し産

まず柿果実の流通に関しては、農協の共販が主要な出荷ルートとなる一方でその他の集出荷団体も独自の販路を開拓しており、多くの生産者は消費者への直接販売も含め複数の流通経路を確保している。また農協や集出荷団体といった組織としても、加工会社への出荷など、様々な品質の柿を余さず売り切るための工夫に取り組んでいる。すなわち生産者や農協、集出荷団体などは、各々安定的な収入を得るための工夫を行っているのである。現在は農協と集出荷団体間の連携や直売所の共同運営といった農家間の連携が見られないが、今後連携に取り組むことで柿産地としての五條市がさらに活性化すると考えられる。

五條市における柿の葉の流通では、流通量の大半を外国産が占める。一方で柿の葉寿司は五條市の工

場で大規模生産がなされ、全国に出荷されている。五條市では市場規模を拡大した加工品と比較して原材料となる柿の葉の生産が追い付いていない。現在行政主導のもと進められている柿の葉生産の拡大と安定化はそのギャップを埋める動きといえる。加工品生産者にとっては柿の葉の入荷ルートが多様化・分散化が可能となり、生産者としても生産量の拡大により農閑期や高齢営農者の雇用確保が可能となる。また柿果実と柿の葉をともに生産することで収入のリスク分散にも寄与する。柿の葉の出荷についても、柿の葉茶や粉末化といった新たな利用法が検討されており、より高く安定した収益の確保が目指されている。今後地域に根差した生産流通体制を築けるかが最大の課題といえよう。

柿の加工品においては、原料となる柿果実は自社農園や農協、契約農家から仕入れており、その内訳は事業者により異なる。加工品化により規格外品を活用できるほか、六次産業化は収益安定化にも繋がっている。幅広い小売業者への出荷や消費者への直接販売が行われており、インターネット販売も拡大している。日本の市場規模縮小を背景に海外へ展開する事例もみられる。また加工品の生産にとどまらず農家レストランや宿泊事業も展開されており、柿や関連商品の販売と相乗効果を生んでいる。SNS による発信なども加工品の流通促進に寄与している。

このような柿や関連商品の流通において、加工品業者などでは女性は商品を実際に購入する消費者の目線を提供し販売戦略に繋げるといった役割を果たしている。一方で JA ならけん女性部及びフレッシュミズでは柿や関連商品の流通に関して目立った活動は見られない。ただし他地域の女性組織の事例などから、今後五條市においても JA ならけん女性部やフレッシュミズが柿や関連商品の流通における女性の主体的な活動を支援していく可能性が示唆される。

最後に五條市地域商社であるが、本組織は行政と民間の連携による新たな取り組みとして導入され、柿及び柿加工品の流通経路のさらなる多様化をもたらしている。一方で、異業種連携かつ同業者も含まれる組織ということで加盟団体間の合意形成に課題があり、柿の葉事業の成果が出るにはまだ数年必要で

ある。今後の生き残りのためには、異業種連携や地域課題の解決と「稼げる地域」の両立がより求められる。

以上のように、五條市では柿果実、柿の葉、柿加工品のいずれにおいても多様な流通ルートの確保が志向されており、生産者や事業者の収益安定化・リスク分散に寄与している。五條市地域商社の取り組みもその一環であり、新たな販売戦略の立案には商品の主たる購入者である女性の目線も活かされている。一方で事業者間の連携や異業種連携などを始めとした課題も存在しており、今後はこれらの課題の解決を通じた産地のさらなる活性化が期待される。

謝辞

本稿執筆にあたりご協力いただきました JA ならけん西吉野営農経済センターの皆様、株式会社柿の葉すし本舗たなかの皆様、株式会社柿の葉ずしヤマトの皆様、農産直販モリモトの皆様、株式会社柳澤果樹園の柳澤佳孝様、株式会社石井物産の石井和弘様、農悠舎王隠堂グループの和田宗隆様と油田珠子様、JA ならけん女性部の皆様、五條市地域商社株式会社の上田井朗様、お話をお伺いしました五條市の柿農家の皆様に深く感謝申し上げます。また本研究は五條市史編集委員会地理環境部会の活動の一環として実施しました。お世話になりました五條市教育委員会の皆様にも深く感謝申し上げます。

執筆は、菊川が第Ⅰ章と第Ⅳ章の第1節と第Ⅵ章を、高原が第Ⅰ章と第Ⅱ章と第Ⅶ章を、大澤が第Ⅰ章と第Ⅲ章と第Ⅳ章の第3節を、水垣が第Ⅰ章と第Ⅳ章の第2節と第Ⅴ章を担当した後河本がそれらを加筆修正し全体をとりまとめました。

本稿の骨子は日本地理学会 2023 年春季学術大会（2023 年 3 月 25 日、東京都立大学）にて発表しました。

注

- 1) 原(1995)は女性独自のネットワークの重要性、小川(2017)は生産者と消費者の連携を促す女性グループの役割という観点を提示している。一方で、こうした女性のつながりやパイプの役割が、

農産物の生産から消費という一連の流れの中の流通という部門で具体的にどのような形で見られるのかの事例は多くは見られない。

また奈良県に関しては富士谷（1993）が、農協婦人部（現 JA 女性部）や生活改善グループが意欲的に行う農産物の生産と加工、一部販売の対価は小遣いを得る程度あるいはボランティア活動の資金源となっており、男性が支配的でない市場の起業の可能性があることを指摘している。だがこのようにジェンダー的立場で奈良県における農業の実態を把握しようとする調査は十分に行われてきたとは言えない。

- 2) 例えば 2010 年に西吉野柿選果場に出荷した経営体数は 320 であり、2020 年は 248 経営体数にとどまった。出荷先を限定せず西吉野町のすべての柿栽培経営体数を比較しても、2010 年から 2020 年までに 476 から 248 に減少した。農家の減少や柿の需要の変動などに応じて流通形態が変化した可能性がある。
- 3) 類似の生産物として京都市域を対象に笹の葉の生産流通を示した先行研究では、京都市内で生産された笹の葉が現地市内で卸売、消費がなされている姿が示されている。卸売業者は他県、中国などからも笹の葉を仕入れている。枯死などの出荷に伴うアクシデントにはその外部ルートが機能することで需要を補うが、消費側も可能であれば地産地消を進めたい旨を表明するなど、地域内をメインとする流通構造が組み立てられていることが明らかになっている。
- 4) 確認した農園は以下の通りである。西岡農園ラボ、鶴田農園、辰谷農園、泉谷観光農園、ウエヒラ農園、萩本農園、熊代農園、中窪農園、平井農園、山口農園、梨子本園、なかにし農園、礪田農園、小西農園、なかい農園、Sun ファーム、三八園。ただしこれらの農園の大半は消費者への直接販売を手がけており、その一環としてウェブサイトの作成などを行っていると考えられる。農協や集出荷団体のみに柿を出荷している農業経営体はここには含まれておらず、「17 軒中 16 軒が柿以外の農産物を販売用に生産している」というのは必

ずしも五條の柿農家全体の傾向を捉えたものではない。

- 5) JA ならけんホームページによれば、「まほろばキッチン」は農産物直売所を中心として産直レストランやフードコートなどで構成される全国最大級の売り場面積を有する直売所であり、JA ならけんが運営している。奈良県内に橿原店と JR 奈良駅前店の 2 か所ある。

文献

- 荒木一視（1993）：和歌山県南部川村における梅生産・加工の展開，経済地理学年報 39（2），pp. 155-173
- 荒木一視（1995）：フードシステム論と農業地理学の新展開，経済地理学年報 41，pp. 100-120.
- 伊藤雅之（2018）：『農産物販売におけるネット活用戦略—ネット販売を中心として』，筑波書房，
- 池田真志（2005）：青果物流通の変容と「個別化」の進展—スーパーによる青果物調達を事例に一，経済地理学年報 51，pp. 17-33.
- 池田真志（2011）：農業法人におけるインターネット通信販売の現状と成功要因，拓殖大学経営管理研究 91，pp. 153-168.
- 石井物産ホームページ：<https://a-kaki.com/>
（2023 年 2 月 19 日最終閲覧）
- 伊村達児・内藤重之・杉村泰彦・坂井教郎
（2015）：沖永良部島における馬鈴薯生産農家の出荷行動と出荷先選択，農業市場研究，24（1），pp. 61-67.
- 大浦裕二（2011）：日本国内の直売所側農業に関する研究動向，桜井清一編著『直売型農業・農産物流通の国際比較』，農林統計出版，pp. 121-139.
- 小川理恵（2017）：JA の未来を支える女性たちの活躍，農業および園芸 92（11），pp. 964-969.
- 加藤幸・谷口健（2009）：簡易営業型農家レストランのネットワーク化における課題に関する考察，農村生活研究 531，pp. 53-62.
- 岸上光克・大西敏夫・藤田武弘（2003）：果樹産地における出荷組織の再編と農家主体形成，農業市場研究 12（2），pp. 127-130.

- 岸上光克・大西敏夫・藤田武弘（2004）：奈良県吉野川流域におけるカキ主産地の形成と展開，農林業問題研究 154，pp. 166-169.
- 木村彰利（2010）：大都市近郊の農産物直売所による地域農業活性化に関する一考察，農業市場研究 19，pp. 24-30.
- 近畿農政局（2021）：「らくらく農法」で柿の葉ビジネス～旭ヶ丘農業生産販売協同組合～
https://www.maff.go.jp/kinki/tiiki/nara/photo/photo_2021/20210816.html（2023年2月24日最終閲覧）
- 栗林賢（2013）：青森県における流通主体の集出荷戦略からみたリンゴの流通構造，日本地理学会発表要旨集.
- 厚生労働省（2007）：「輸入食品に対する検査命令の実施について（中国産柿の葉）」
<https://www.mhlw.go.jp/houdou/2007/12/h1221-3.html>（2023年2月23日最終閲覧）
- 五條市地域商社株式会社ホームページ：
<https://gojo-ltc.com/>（2023年2月19日最終閲覧）
- 櫻井清一（2013）：奈良県におけるカキの果実と関連資源の多面的な利用―青果物の規格外品・未利用資源の利活用をめぐるケーススタディー，農業および園芸 88（10），pp. 977-983.
- JAならけんホームページ：「まほろばキッチン」
<https://www.ja-naraken.or.jp/agriculture/farmersmarket/mahoroba/>
（2023年2月28日最終閲覧）
- 関智宏（2017）：中小農業企業による連携をつうじた輸出ビジネスの実践：柿生産企業 株式会社柳澤果樹園を中心としたケース・スタディ，同志社商学 69（1），pp. 49-64.
- 全国町村会（2016）：「奈良県下市町／『らくらく』で、プラス10年イキイキ元気 働く老若男女が笑顔で集う町」
<https://www.zck.or.jp/site/forum/1363.html>
（2023年2月24日最終閲覧）
- 第29回全国カキ研究大会実行委員会編（1991）：『奈良の柿』，奈良県果樹研究会，p. 80.
- 第36回全国柿研究大会実行委員会編（2004）：『第36回全国柿研究大会奈良県大会資料』，p. 36.
- 高梨子文恵・正木卓・泉谷眞実（2020）：農産物直売所出荷が野菜複合経営に与える効果，農村経済研究 37（2），pp. 72-80.
- 轟理恵子（2018）：多様化する農の主体―ジェンダー論からの分析―，農業経済研究 90（3），pp. 234-248.
- 徳田博美（2013）：観光地立地型果実直売所における顧客と購入形態の特徴―三重県南伊勢町T直売所を事例として―，農業市場研究 21（4），pp. 58-64.
- 五條市（2019）：これまでの取組と、これからのはない―五條市における地方創生に向けて―，五條市ホームページ，
<https://www.city.gojo.lg.jp/material/files/group/3/chiikisyoysya.pdf>（2023年2月28日最終閲覧）
- 五條市（2022）：令和3年度地域商社産業創出推進業務報告書，五條市地域商社，pp. 1-37.
- 南部農林振興事務所農業普及課（2018）：「平成29年度普及活動成果 柿葉の安定生産体系の確立」
<https://www.pref.nara.jp/30911.htm>（2023年2月21日最終閲覧）
- 仁平尊明・岡本友志・藤永豪・二村太郎・大森祐美・森本建弘（2000）：茨城県ひたちなか市におけるサツマイモ生産・流通の地域的性格，地域調査報告 22（3），pp. 133-169.
- 農業農村整備情報総合センター編（2002）：『五条吉野開拓事業誌』，近畿農政局五条吉野開拓建設事業所，p. 380.
- 農林水産省（2020）：『2020年農林業センサス』，農林統計協会
- 農林水産省（2021）：『令和3年度青果物卸売市場調査報告』，農林統計協会
- 日本政策金融公庫農林水産事業（2018）：農業における女性の存在感強まる 収益増にも寄与 ～過半数の農業経営で女性が経営に関与，「6次化」などでセンス発揮～ <平成28年上半期農業景況調査関連>：

<http://www3.keizaireport.com/jump.php?RID=286732&key=555552> (2023 年 2 月 19 日最終閲覧)

農業法人株式会社ジャパン・ファームプロダクツホームページ：
<https://www.japan-farmproducts.com/info> (2023 年 2 月 15 日最終閲覧)

農悠舎王隠堂ホームページ：「私たちのあゆみ」
<https://www.noyusha1338.com> (2023 年 2 月 23 日最終閲覧)

原珠里 (1995)：農村女性の社会的ネットワークの特徴と意味，農村生活研究 391，pp. 12-17.

深瀬浩三 (2013)：輸入量変動下のブロッコリー産地における農協共販組織の対応—埼玉県深谷市を事例として—，季刊地理学 65，pp. 121-138.

福山豊・小林一・松村一善 (2013)：農産物直売所における新規顧客のリピーターへの育成—T 県における新規の観光地立地型直売所を対象として—，農林業問題研究 49 (2)，pp. 374-380.

富士谷あつ子 (1993)：地域の変貌と女子農業従事者の教育課題—奈良県生駒郡斑鳩町の事例を中心に—，農林業問題研究 29 (2)，pp. 7-12.

本田恭子・岡本彩花・金科哲 (2022)：地域性と女性のライフステージが農村女性グループに与える影響—岡山県内の JA 女性部フレッシュミズ部会を事例に—，地域地理研究 26 (2)，pp. 23-43.

増井好男 (1992)：沖縄農業の地域的展開 (5) —本土復帰以後のパイナップル生産を中心—to—，農村研究 74，pp. 13-22.

門有紀・平岡美紀・植木勸嗣・濱崎貞弘 (2009)：奈良県におけるカキ葉生産及び利用の現状と課題，奈良県農業総合センター研究報告 40，pp. 19-28.

丸岡秀子 (1937)：『日本農村婦人問題』，高陽書院.

三橋伸夫 (2018)：男女共同参画に係る農村計画研究の動向—男女共同参画社会基本法の施行から 20 年を迎えようという時点において—，農村計画学会誌 37，pp. 15-20.

観山恵理子 (2013)：生鮮野菜の遠隔出荷産地における農協と産地流通業者の集出荷競争—長崎県島原雲仙地域を事例に—，日本地理学会発表要旨集.

山川充夫 (1979)：愛知県渥美町の加工トマト生産，地理学評論 52 (11)，pp. 607-622.

(きくがわ しょうた・京都大学大学院アジアアフリカ地域研究研究科生)
 (たかはら かほ・京都大学文学部生)
 (おおさわ じゅんぺい・京都大学文学部生)
 (みずがき はるか・京都大学文学部生)
 (こうもと だいち・奈良教育大学)