

生鮮食料品価格・流通問題と消費者

—長崎県西彼杵郡高島町における消費者アンケートを中心に—

建 野 堅 誠

1. はじめに
2. 調査の目的と方法
3. 高島町における生鮮食料品流通の現状と特質
4. 消費者視点からみた生鮮食料品流通の問題点
5. 生鮮食料品価格・流通問題と問題解決の方向
6. おわりに

1. はじめに

本稿は、長崎県西彼杵郡高島町において過日実施した『生鮮食料品価格・流通問題と消費者』に関する実態調査を素材としてまとめたものである。

昭和30年代前半を通じて安定的な推移を示していた消費者物価は、昭和35年春以降、生鮮食料品価格を中心として上昇傾向を示すようになった⁽¹⁾。これを契機として、物価・流通問題、特に生鮮食料品価格・流通問題が一つの大きな社会問題としてクローズアップされるようになり、これまで政府を中心に諸対策が講じられてきた。しかし、多くの場合、物価・流通問題は、全国的問題として論議され、また、その対策も講じられ、地域的問題としては、あまり論議されず、また、その対策もあまり講じられてこなかった。

確かに、物価・流通問題は、日本経済の高度成長が社会的に構造的な不均衡をもたらした結果現出したもので、全国的に共通の問題であるか

ら、まず、全国的な物価・流通問題を論議し、その対策が講じられるべきである。換言すれば、物価・流通問題を根本的に解決するためには、まず、社会的に構造的な不均衡をもたらした日本経済の展開過程を歴史的に究明し、その「構造的な不均衡」を徹底的に是正するような政策が打ち出されるべきである。しかし、物価・流通問題には、それを全国的、一般的問題として一律に解決できない側面も存在している。というのは、全国的な物価・流通問題と関連しながらも、個別地域の物価・流通問題には、それなりの特殊性が見出されるからである。

本稿でこれから分析しようとする物価・流通問題は、全国的共通現象としての全国的な物価・流通問題ではなく、個別地域のもつ地域特殊性によって規定された地域的な物価・流通問題である。

本稿では、このような地域的な物価・流通問題のうち、特に、生鮮食料品価格・流通問題を中心に考察した。尚、その考察にあたっては、消費者視点からのアプローチを試みた。

- 1) 経済企画庁国民生活局物価政策課編「最近における物価安定政策」 p.1

2. 調査の目的と方法

この調査は、個別地域独自の理由から発生して

建 野 堅 誠

いる地域特殊な生鮮食料品価格・流通問題を消費者視点からとらえ、その問題に含まれている問題を指摘、分析し、その問題の解決方向を明らかにすることを目的としている。すなわち、地域特殊な生鮮食料品価格・流通問題に対して、消費者がどのような不満をもっているのか、具体的には、生鮮食料品価格騰貴に関して、消費者がどんな不満を抱いているのか、生鮮食料品そのものに対して消費者はどんな不満を抱いているのか、また、その流通機構に関して消費者はどんなことを感じているのか、といったことを明確にし、消費者の考え方を反映した地域的な物価・流通政策のあり方を模索することがこの調査の目的である。

この調査は、地方自治体レベルで物価問題と取り組んでおられる関係者にいかなる方法でその問題にアプローチしたらよいか、ということ明らかにしようとしたものである。

(2) 調査の方法

① 調査の対象

本稿は、高島町における生鮮食料品価格・流通問題の問題の所在と解決方向を消費者視点から模索しようとしたものである。それ故、高島町の消費者が生鮮食料品価格・流通問題をどのように考えているかを明らかにするためには、高島町全消費者の考え方が明確にされる必要がある。しかし、諸事情が絡み合ったので、具体的な調査対象としては、小・中学校の児童・生徒のいる家庭の主婦に限定せざるをえなかった。調査対象となった児童・生徒のいる家庭数は、次の通りである（アンケート用紙を全児童・生徒に配布したので、重複する家庭もあり、実際の家庭数は下記の数よ

り少ない）。

高島小	1,954所帯
高島中	1,157所帯
端島小	389所帯
端島中	195所帯
合計	3,695所帯

② 調査の方法

昭和47年7月に、高島町の主婦、約40名（主として生活学校に参加している主婦）を対象とした予備調査でえた材料をもとに、調査対象を決定し、アンケートを作成して、同年9月12～14日に児童・生徒を経由してアンケート用紙を家庭にもちかえってもらい、家庭の主婦に記入してもらった。

③ 回収率

この調査によってえられた有効サンプルの総数は、2,226票で回収率は60.0%であった（この回収率は、配布枚数3,695票に対する有効サンプル数2,226票の割合である。それ故、2人以上の児童・生徒のいる家庭では、1人しか回答していないので、実際の家庭数に対する有効サンプル数の割合は相当高いものと思われる）。

回収率を高島と端島に分けてみると、次のごとくである。

$$\text{高島 回収率} = \frac{1836}{3111} \times 100 = 59.0(\%)$$

$$\text{端島 回収率} = \frac{390}{584} \times 100 = 66.8(\%)$$

尚、参考のために、昭和47年8月末の高島町の全所帯数と有効サンプル数の関係をみていこう。

高島町の同年8月末の全所帯数は、4,229所帯である。それ故、全所帯数に対する有効サンプル数2,226票の割合は52.6%である。つまり、この調査によって、高島町の半分以上の家庭の主婦の

意見が調査されたことになる（但し、有効サンプル数が多くても、この調査で明確にされるのは、統計学上は、児童・生徒をもつ家庭の主婦の意見である）。

3. 高島町における生鮮食料品流通の現状と特質

高島町における生鮮食料品価格・流通問題の問題点を指摘、分析し、その問題の解決方向を明らかにするためには、まず、高島町における生鮮食料品流通の現状と特質を明確にする必要がある。

ところで、一般に、生鮮食料品価格・流通問題が論議される場合、「流通機構が多段階で複雑であるから価格が高い」、「仲買人（仲卸売人）がもうけすぎている」、「小売人がもうけすぎている」といったことが比較的多く問題となっている。すなわち、多くの論議は、生鮮食料品価格・流通問題をその流通機構の局面にだけ限定してなされているのである。しかし、このような論議では問題の所在もその解決の方向も見出されない。

生鮮食料品価格・流通問題を論議しようとする場合、生鮮食料品の生産・流通・消費事情、また、それらを取り巻いている諸事情（たとえば、物理的・経済的・政治的な事情）の有機的な関連の様態を統一的に検討する必要がある。この視角は、地域的な生鮮食料品価格・流通問題を分析する場合にも忘れてならないものである。そこで、このような視角にもとづいて、以下、高島町における生鮮食料品流通の現状と特質を明らかにしていきたい。

高島町の既存の生鮮食料品流通機構は、それを取り巻く諸事情（直接的には、高島町のもつ性格、地域的な生産事情、高島町の消費事情、間接的

には、それらを取り巻いている全国的な生産・流通・消費事情、またそれらを取り巻く物理的・経済的・社会的・政治的といった事情）と有機的に相互関連している。そこで、高島町の既存の生鮮食料品流通機構を取り巻いている諸事情のうち、特に直接関係がある諸事情について若干検討してみたい。

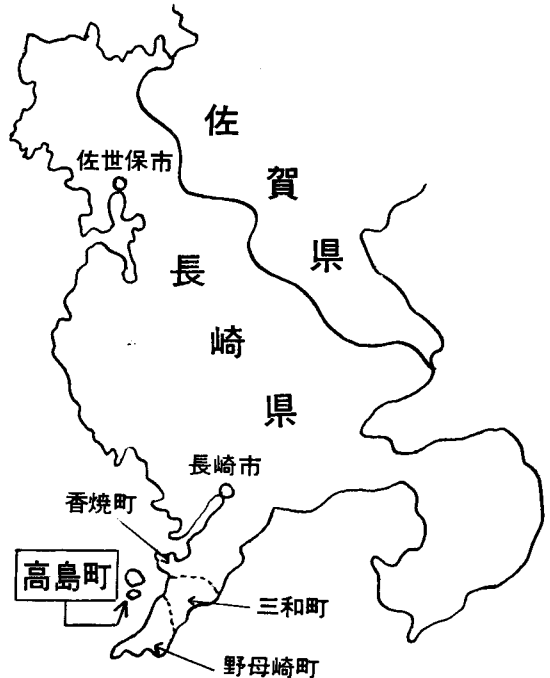
(1) 高島町の性格

われわれは、高島町の性格として、次の三点を指摘しよう。

① 離島としての性格

高島町は、図1のとおり、長崎市から海上約14.5kmに位置し、東は野母崎町、三和町（海上約4.5km）に、北は香焼町（海上約6.4km）に隣接し

図1 高島町の位置



た離島で、高島（面積1.25km²）と端島（面積0.1km²）の二つの島からなっている。

高島町から県庁所在地長崎市へは、船で約60分（定期航路）、対岸の野菜生産地である野母崎町へは、小型船で約50分、三和町へは、小型船で約30分の距離にある。

また、高島町は、後述するように、石炭産業を中核とした炭鉱の島で、住民のほとんどが鉱業と関連し、住民の生活態度も都市的である（住宅は、ほとんどが会社の高層アパートで、水道、プロパンも全家庭に行きわたり、電器製品もほとんどの家庭にそろっていて、また、情報量も長崎市とほとんどかわらない）。

以上のような理由から、高島町の場合、離島といても通常いわれている離島とはかなり異なっている。しかし、島と本土を結ぶ唯一の交通機関が船であるという事実は、何らかの形で人と物の行動を制約し、高島町に離島としての性格をもたらしている（たとえば、自然的条件によって海が時化ると島は完全な孤立状態になる）。

② 炭鉱の町としての性格

高島町は、石炭産業の歴史とともに形成された町である。エネルギー革命によって、県下の石炭産業は、そのほとんどが衰退してしまったが、幸いに高島町は、わが国でも屈指の原料炭の産出鉱を有していたので、重大な危機にみまわれながらも、現在でも石炭産業を中核として存続している県下でも数少ない町の一つである。それ故、石炭産業（しかも一鉱業）の盛衰が町の全活動を本質的に規定しているのである。すなわち、町の経済・商業活動、住民の生活等は、すべて一鉱企業の運命にかかっているのである。

表1は、高島町の人口推移を示したものである

表1 高島町の人口推移

	人 口	世 帯 数
S23年	8,948人	1,797戸
30	16,510	3,426
35	20,938	4,775
40	19,825	5,062
45	17,415	4,908
47	16,189	4,741

出所：町統計、国勢調査及び長崎の統計No.12（'72）

S30年は端島合併

S47年は10月1日現在

が、昭和35年以降、人口は徐々に減少してきている。石炭産業の発展性からみると、これ以上発展する可能性はほとんどないので、今後の人口減少も続くであろう。

また、最近、鉱業は、現在採炭している二子鉱の坑内条件悪化や赤字などを理由に、(イ)約700人の人員削減、(ロ)1500人で月産10万トンを組合に提示している（日本経済新聞昭和48年2月24日）。そして、同紙は、石炭産業の斜陽化、新坑開発に対する不安から、会社の減員計画を上回る退職者が出ていることを報じている（これまで約600人の退職、さらに150人が退職の意思表示をしている）。それ故、石炭産業のみに依存している高島町の現状は、きわめて厳しいといえる。

③ 純粋な消費地としての性格

高島町は、島内に一次産業が皆無に等しい純粋な消費地である。それ故、生活必需品のすべてが海上輸送により島外から移入されている。生鮮食料品の搬入経路は、長崎市場ルート、三和町ルート（ここからは二つのルートがある）、野母崎町ルートがある。

(2) 地域的な生産事情

すでに指摘したように、高島町は、町内に一次産業が皆無に等しい特殊な町である。それ故、生鮮食料品のほとんどすべてを町外に依存している。その一つの蔬菜の供給基地が対岸の野母崎町および三和町である。

表2は、野母崎町および三和町の農家戸数、農家人口および経営耕地面積の推移を示したものであるが、両町ともそれぞれが減少してきている。この減少は、零細農地に潜在していた過剰就業人口が雇用機会を求めて他へ流出した結果であると思われる。そして、都市と農村の所得格差ならびに生活水準の差をうめるために、今後とも青年労働者層を中心として、流出することが考えられる。

表3は、野母崎町および三和町の農産物粗生産価額の順位と構成比を示したものである。これよりわかるように、三和町は、びわとみかんで粗生産価額の3割強を示し、びわとみかんに特化して

表2 野母崎町および三和町の農家戸数、農家人口および経営耕地面積の推移

		昭40.2.1	昭45.2.1	40/45
野母崎町	農家戸数	1,001戸	844	▽ 157
	農家人口	4,942人	3,714	▽1,228
	経営耕地面積	312㌥	281	▽ 31
三和町	農家戸数	1,198戸	1,049	▽ 149
	農家人口	5,751人	4,674	▽1,077
	経営耕地面積	460㌥	454	▽ 6

出所：「長崎県町勢要覧」S43年版とS46年版

いるといってもよい。しかし、表4からわかるように、びわとみかんに特化しているのは、川原、為石地区のみである。他地区は、一戸当たり総耕地面積の狭さ(表5参照)などから果樹に特化できるような条件はない。それ故、一戸当たり50アールの樹園地をもつ川原地区と、20アールの為石地区

表3 野母崎町および三和町の農産物粗生産価額の順位と構成比

市町村	1 位			2 位			3 位			4 位			5 位			6 位		
	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比
野母崎町13	鶏卵	93	27.1	養豚	60	14.0	きよべつ	23	5.4	みかん	21	4.9	米	19	4.4	かんしょ	18	4.2
三和町14	びわ	70	17.8	みかん	59	15.0	米	43	10.9	鶏卵	35	8.9	養豚	25	6.3	とまと	22	5.6

7 位			8 位			9 位			10 位			ベスト10品目の累計		その他		農業粗生産価額	
農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	農産物名	粗生産価額	構成比	粗生産価額	構成比	粗生産価額	構成比	粗生産価額	構成比
びわ	17	4.0	生乳	15	3.5	ばれいしょ	13	3.0	きゅうり	13	3.0	292	68.1	136	31.9	428	100
きよべつ	15	3.8	ばれいしょ	14	3.6	だいこん	8	2.0	きゅうり	8	2.0	299	75.9	95	24.1	394	100

出所：「長崎農林水産統計年報 昭和44～45年」

建 野 堅 誠

表4 三和町における部落別土地利用状況

	部落数	総耕地 面積	水 田	畑					
				計	普通畑	樹 園 地			
						総面積	ビ	ワ	ミカ
川 原	5	243.5 (100)	49.1 (20.1)	194.4 (79.9)	32.3 (13.3)	162.1 (66.6)	81.5 (33.5)	77.9 (32.0)	2.7 (1.1)
為 石	3	104.4 (100)	5.5 (5.3)	98.9 (94.7)	26.8 (25.7)	72.1 (69.0)	28.1 (26.9)	40.5 (38.8)	3.5 (3.3)
蚊 焼	布 卷	12.6 (100)	6.8 (54.0)	5.8 (46.0)	4.3 (34.1)	1.5 (11.9)	0.9 (7.1)	0.5 (3.9)	0.1 (0.8)
	蚊 焼	61.7 (100)	9.6 (15.6)	52.1 (84.4)	41.2 (66.8)	10.9 (17.7)	3.9 (6.3)	5.5 (8.9)	1.5 (2.4)
	岳 路	30.2 (100)	7.9 (26.2)	22.3 (73.8)	19.4 (64.2)	2.9 (9.6)	0.5 (1.7)	2.1 (6.9)	0.3 (1.0)
	計	104.5 (100)	24.3 (23.2)	80.2 (76.7)	64.9 (62.1)	15.3 (14.6)	5.3 (5.1)	8.1 (7.8)	1.9 (1.8)
合 計		452.4 (100)	78.9 (17.4)	373.5 (82.6)	124.0 (27.4)	249.5 (55.2)	114.9 (25.4)	126.5 (28.0)	8.1 (1.8)

出所：「高島町物価問題報告書」

表5 三和町における部落別1戸当り経営面積・団地数

	1戸当り 経営面積	1戸当り 団地数	1団地当 り面積	水 田			畑			1戸当 樹園地 面積			
				農家数	1戸当 面積	1戸当 団地数	1団地当 面積	農家数	1戸当 面積		1戸当 団地数	1団地当 面積	
													戸
川 原	a 59.7	ヶ所 4.9	a 14.5	戸 224	a 17.2	ヶ所 1.5	a 11.8	戸 316	a 47.8	ヶ所 4.2	a 13.8	a 50	
為 石	31.7	5.3	6.0	44	2.0	1.5	1.7	215	30.0	5.0	6.3	20	
蚊 焼	布 卷	12.0	3.4	4.0	41	7.0	1.3	5.0	37	5.0	2.3	2.0	7
	蚊 焼	56.0	3.7	15.0	77	9.0	1.4	6.0	200	47.0	3.1	15.0	8
	岳 路	29.0	5.9	5.0	62	8.0	1.7	5.0	77	21.0	4.5	5.0	7
	計	32.3	4.3	8.0	180	8.0	1.5	5.2	314	24.3	3.3	7.3	8
合 計	45.8	4.8	10.7	448	9.1	1.5	7.3	845	37.6	4.2	10.3	30	

出所：「高島町物価問題報告書」

表6 三和町における部落別農家の専業の推移 (戸, %)

	川 原			為 石			蚊 焼			計						
	専業	兼 業		計	専業	兼 業		計	専業	兼 業		計	専業	兼 業		計
	1種	2種	1種			2種	1種			2種	1種			2種	1種	
35	122 (100) 32.1	139 (100) 36.6	119 (100) 31.3	380 (100) 100	101 (100) 22.4	41 (100) 9.1	309 (100) 68.5	451 (100) 100	84 (100) 15.9	107 (100) 20.3	337 (100) 63.8	528 (100) 100	307 (100) 22.6	287 (100) 21.1	765 (100) 56.3	1,359 (100) 100
40	97 (79.5) 28.7	137 (98.6) 40.5	104 (87.4) 30.8	338 (88.9) 100	86 (85.1) 22.3	49 (119.5) 12.7	250 (80.9) 64.5	385 (85.4) 100	73 (86.9) 15.4	48 (44.9) 10.1	354 (105.0) 74.5	475 (90) 100	256 (83.4) 21.3	234 (81.5) 19.5	708 (92.5) 59.1	1,198 (88.2) 100
44	51 (41.8) 16.1	103 (74.1) 32.6	162 (136.1) 51.3	316 (83.1) 100	56 (55.4) 17.4	36 (87.8) 11.2	230 (74.4) 71.4	322 (71.4) 100	53 (63.1) 12.9	13 (12.1) 3.2	345 (102.4) 83.9	411 (77.8) 100	160 (52.1) 15.3	152 (53.0) 14.5	737 (96.3) 70.2	1,049 (77.2) 100

出所: 「高島町物価問題報告書」

がびわ生産地帯、蚊焼地区は蔬菜生産地帯という従来の作付パターンは、今後も引続き変ることはないとみられる。⁽²⁾ ということは、三和町においては、びわとみかんといった果樹に特化しようとする農民と零細な農地で細ばそと蔬菜生産に従事している農民の二層があることを意味している。前者は、農業専業が可能であるが、後者は、農業だけでは生活していけない。そこで後者は、離農か兼業を志向する以外にない。しかし、旧来からの農民という意識を完全にすてきれずにいるので後者の場合、圧倒的多数が兼業である(表6参照)一川原、為石地区も二種兼業農家が相当増加しているが、両地区の農家がすべてびわとみかに特化していないからである。この農家の兼業化は、農家の生活水準の向上を達成するための手段である。

こうして、農家の兼業化は、男子労働力を農業以外の産業に就業させ、農業はもっぱら女子労働力に依存することとなった。そして、女子労働力で零細な農地を効率的に利用しようとして、蔬菜生産が行なわれているのが現状である。

以上、三和町を中心に生産事情を若干考察してきたが、以上指摘したことは、野母崎町でもいえることである。このように、対岸の蔬菜生産は、きわめて零細であり、女子労働力を中心としたものである。

(3) 高島町の消費事情

高島町の消費は、石炭産業によって支えられている。というのは、表7からわかるように、町内の分配所得のほとんどすべてが鉱業の給与所得である。この所得水準は、県レベルでは相対的に

表7 高島町の所得推移

(単位 百万円)

	分 配 所 得	
	高 島 町	給 与 所 得
S43年	2,265	2,167
44	2,405	2,298
45	2,838	2,726
46	3,517	3,396

出所: 「高島町税務統計」

高いほうである。それで、一般的に消費生活は活発である。しかし、消費者の中には、石炭産業の先行を懸念して消費をひかえている人々も多い。

ところで、生鮮食料品価格・流通問題との関連で消費事情を考察する場合、消費者の購買行動の実態を明らかにする必要がある。というのは、消費者の購買行動の実態が明らかにならなければ、生鮮食料品価格・流通問題の解決の方向も見出せないし、また、生産者や流通業者も、真に消費者の欲求に合致するような行動を取れないからである。そこで、以下において、高島町の消費者の購買行動について若干考察を試みたい。

① 購買時間および購買時刻

表8、9は購買時間と購買時刻を示したものである。購買時間では、高島で60分、端島で30分以内の主婦が一番多い。高島の場合、60分も買い物に時間をかけている、ということは、山手の消費者が近くの市場で購入しないで下の市場まで買い物に下りてくることを示している（後述するように、高島には、山手市場と光町公設市場の二つの市場があり、生鮮食料品のほとんどすべてがこの二つの市場で売られている）。また、高島町の消費者の購買行動で特徴的なのは、表9よりわかるように、買い物が午前10時頃から11時頃に集中していることである。

② 購買回数

購買回数では、高島、端島とも週7回、つまり毎日買い物に出かけるという主婦が圧倒的に多い（表10参照）。

③ 選択理由

表11よりわかるように、選択理由でもっとも重視されているのはどれでも「鮮度」である。ここで注目したいことは、どれでも「価格」が重視さ

表8 購買時間

	高 島	端 島
30分以内	441人(24.0%)	183人(46.9%)
40分	210 (11.4)	45 (11.5)
50分	58 (3.2)	4 (1.0)
60分	656 (35.7)	67 (17.2)
60分以上	42 (2.3)	8 (2.1)
無 回 答	429 (23.4)	83 (21.3)
計	1,836 (100)	390 (100)

表9 購買時刻

	高 島	端 島
10 時	446人(24.3%)	30人(7.7%)
10 時半	430 (23.4)	118 (30.2)
11 時	262 (14.3)	85 (21.8)
11 時半	100 (5.4)	25 (6.4)
正 午	100 (5.4)	44 (11.3)
そ の 他	52 (2.8)	2 (0.5)
無 回 答	446 (24.3)	86 (22.1)
計	1,836 (100)	390 (100)

表10 1週間に買物に行く回数

	高 島	端 島
3 回	157人(8.5%)	13人(3.3%)
4 回	205 (11.2)	13 (3.3)
5 回	147 (8.0)	23 (5.9)
6 回	163 (8.9)	48 (12.3)
7 回	677 (36.9)	156 (40.0)
そ の 他	94 (5.1)	27 (6.9)
無 回 答	393 (21.4)	110 (28.2)
計	1,836 (100)	390 (100)

生鮮食料品価格・流通問題と消費者

表11 選 択 理 由

	高 島											
	鮮 魚			野 菜			果 物			肉		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位
鮮 度	1,144	68	31	898	99	31	534	84	42	692	147	53
熟 度	6	11	6	0	37	17	231	169	59	6	31	22
日もち	6	53	59	95	184	127	31	62	48	26	121	62
価 格	59	734	246	130	545	263	110	420	283	121	305	195
味	22	105	169	6	59	90	178	305	347	17	136	163
清 潔	26	184	189	110	130	141	74	99	105	163	237	231
美しさ	17	42	48	53	84	110	105	90	121	6	62	68
利用目的	48	99	373	95	152	320	6	17	85	178	173	252
サービス	6	6	59	26	22	85	17	22	110	11	22	105
無回答	502	534	656	423	524	652	550	568	636	616	602	685
計	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836	1,836

	端 島											
	鮮 魚			野 菜			果 物			肉		
	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位	1位	2位	3位
鮮 度	207	30	1	148	17	4	96	10	4	129	20	9
熟 度	0	0	0	10	7	2	59	31	9	9	8	4
日もち	5	12	5	31	25	13	6	9	9	13	17	13
価 格	31	121	38	34	96	51	30	58	62	35	53	35
味	15	30	33	7	11	17	47	71	45	13	24	22
清 潔	20	21	41	30	24	33	16	12	14	43	37	26
美しさ	2	7	12	16	21	23	48	17	21	10	16	14
利用目的	18	17	64	29	17	30	1	0	5	51	26	35
サービス	0	1	13	2	4	16	6	9	21	2	5	18
無回答	92	151	183	83	168	201	81	173	200	85	184	214
計	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390

単位(人)

れているけれども、それ以上に重視されているのが「鮮度」であるという事実である。

④ 購入品目の決定

高島では、購入品目をその場で決める主婦が多

く、端島では、購入品目を予め決めている主婦が多い。しかし、予算を決めて合理的な買い物をしている主婦と決まった買い方をしてない主婦は、両方に共通して少ない(表12参照)。

表12 購入品目の決定

	高 島	端 島
予算を決めている	325人(17.7%)	60人(15.4%)
予め品目を 決めて いる	551 (30.0)	140 (35.9)
その場で決める	755 (41.1)	135 (34.6)
不定型	149 (8.1)	27 (6.9)
無回答	56 (3.1)	28 (7.2)
計	1,836 (100)	390 (100)

⑤ 購入方法

購入方法は一般に、買い出しに行く場合、電話注文やご用聞きを利用する場合、家にいて振売りを利用する場合などがあるが、高島町の消費者の場合、買い出しに行く場合が大部分である。というのは、振売りは、鉱業所への出勤時間が人によってまちまちであるという理由から一般に禁止されているし、また、電話注文やご用聞きを利用しようとしても、電話の加入者の少なさ（昭和46年3月31日現在254者）やそれに応ずる店舗がないからである。

⑥ 購買場所

高島町の場合、炭鉱企業の町で島であるという特殊的性格から、用地がほとんど社有地で店舗が限定されている。現在、高島では、光町公設市場と山手市場の二つ、端島では、一つの市場が存在するのみである。

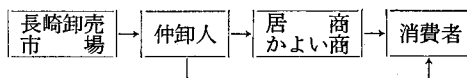
以上、高島町の既存の生鮮食料品流通機構と相互関連している諸事情のうち、特に直接関係があると思われる高島町の性格、地域的な生産事情、高島町の消費事情を分析してきた。そこで、以下において、これらの諸事情と有機的に相互関連している高島町の生鮮食料品流通機構の現状と特質について若干の考察を試みてみよう。

(4) 生鮮食料品流通機構の現状と特質

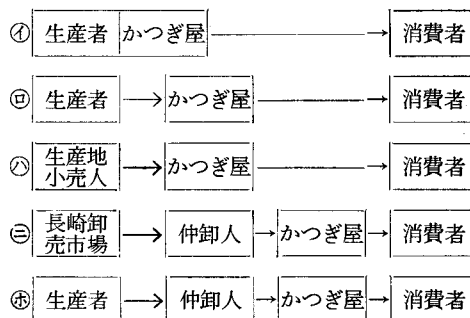
① 生鮮食料品流通機構の現状

高島町の生鮮食料品流通機構は、大別すると次の二つに区別しうる。

④ 長崎ルート



⑤ 対岸(向い地)ルート



以下、上述の二つのルートについて若干考察してみよう。

④ 長崎ルート

高島町の青果物需要の約7割がこのルートを経由している。それ故、このルートが高島町の生鮮食料品流通機構の中で中核的な役割を果しているといえる。この流通機構は、既存の全国的な生鮮食料品流通機構の一般的形態である中央卸売市場を中核としたその末端機構である。この流通機構を一般化せしめている背景には、それを取り巻く全国的な諸事情が存在しているので、この全機構を個別地域レベルで問題にすることは不可能である。長崎ルートで個別地域レベルで問題になる点は、仲卸人あるいは小売人(居商、かよい商)の問題である。

高島町において生鮮食料品を販売しているところは、高島では、光町公設市場と山手市場、端島

では、一市場だけである。

高島の場合、上述の二つの市場があるが、高島の生鮮食料品消費の大部分を供給しているのは、光町公設市場である。これは、二階建の建物で、一階で、会社（鉱業）が経営する購買会（生鮮食料品は扱っていない）、会社の労働組合が運営する生活協同組合（生鮮食料品では肉だけ扱っている）、および一般小売人が商業活動を営んで、二階は、後述する「かつぎ屋」に場所が提供されている。

現在、一階で生鮮食料品を扱っている小売人は、肉2店（生協は含まない）、青果6店、鮮魚3店である。尚、青果の場合、地元の仲卸人（公設市場内で小売も兼ねている）一人が小売人と取引している。

⑧ 対岸（向い地）ルート

このルートは、高島町の青果物需要の約3割を現在供給しているが、その割合は、地域的な生産事情を反映して、徐々に低くなってきている。このルートの主役は「かつぎ屋」である。というのは、このルートでどの形態をとるにしても最終的には「かつぎ屋」を経由するからである。そこで、以下において、この「かつぎ屋」について若干分析してみたい。

10年前には、一日60人位の「かつぎ屋」が来ていたが、最近では30～40人に減ってきている。これらの30～40人の「かつぎ屋」が高島では、光町公設市場の二階と山手市場に出店している（大部分は光町公設市場で出店）。公設市場の二階は、畳一枚程度のマスが区画され、各マスで営業活動が営まれている。「かつぎ屋」の多くは、初老の婦人で、かついでくる商品は一人6個程度、金額で7,000～8,000円程度である。また、「かつぎ屋

」の出店日数は、個人によってまちまちで、多い人では一月25日前後、少ない人は一月9日以内である。

「かつぎ屋」のうち、高浜、黒浜（野母崎町）および岳路（三和町）出身者は、一般に、自家生産物を主として扱っているが、蚊焼（三和町）出身者は、一般に、自家生産物以外の生産物を主として扱っている。しかし、前者にあっても、生産物が不足する場合には、自家生産物以外の生産物を混入しているようである。そして、最近では、自家生産物以外の生産物の混入が多くなってきているといわれている。

「かつぎ屋」は、毎日人は異なるが、早朝に荷をまとめ、それぞれの近くの港から、黒浜丸、高浜丸、蚊焼丸といった小型船を利用し、高島の二つの市場で午前10時頃から出店し、午後1時頃に閉店している（蚊焼丸の運賃はひとかご（50kg）まで50円、一人片道100円、往復150円である）。このような「かつぎ屋」の行動が、高島町の消費者の購買行動を午前中に集中させているのである。

② 生鮮食料品流通機構の特質

これまで、高島町における生鮮食料品流通機構の現状を分析してきたが、ここで、この流通機構と有機的に相互関連している諸事情（すでに指摘した、高島町の性格、地域的な生産事情および高島町の消費事情）をも考慮して、既存の生鮮食料品流通機構の特質を若干指摘してみたい。

まず、第一に指摘できることは、高島町の既存の生鮮食料品流通機構が石炭産業（一炭鉱）によって規定されている、ということである。

高島町の土地は、大部分が一炭鉱企業の所有地である。それ故、商業活動も自由にできない現状

である。高島の場合、すでに指摘したように、現在、光町公設市場と山手市場だけで生鮮食料品は販売されている。たとえ、ある小売人が他所で生鮮食料品店を構えようとしても、場所を確保できないのである。

このことが、商業活動の自由を妨げ、その発展を阻止している一つの理由となっている。

光町公設市場では、すでにみたように、一階に、鮮魚、肉、青果を扱う複数の店舗がそれぞれ存在し、また、二階には、多数の「かつぎ屋」が出店している。しかし、二階の「かつぎ屋」価格が一階の小売人の価格を若干コントロールしているものの、全体的に自由競争は制約されている。この自由競争を制約している原因の一つは、小売人が一か所に囲い込まれている、ということに求められる。

また、流通機構が石炭産業によって規定されているということは、次のような問題を提起している。すなわち、石炭産業の将来に対する懸念から、小売人が一般的に経営向上に対して消極的である、ということである。このことが、小売段階の改善を妨げているように思われる。

第二に指摘したいことは、「かつぎ屋」流通機構についてである。すなわち、「かつぎ屋」が個別地域の青果需要の約3割を供給している、ということは、きわめて特殊である。このような「かつぎ屋」流通機構が存在せしめているのは、すでにこれまでの分析から明らかなように、高島町の性格、地域的生産事情、高島町の消費事情などが存在していたからである。

「かつぎ屋」は、原始的流通機構であるが、現在、他所ではあまり望めない「産地直結」方式の一つの形態である。それ故、新鮮で、わりと安い

青果物を供給してくれているのである。この点は、大いに評価できる点である。

- 2) 梅井清稿「対岸そさい地帯の構造と動向」P.81『高島町物価問題報告書』

4. 消費者視点からみた生鮮食料品流通の問題点

全国的な物価・流通問題を根本的に解決するためには、すでに指摘したように、日本経済のもつ「構造的不均衡」を是正する必要があるが、その場合、忘れてはならないことは、常に「消費者保護」ということを念頭に置いて政策を樹立すべきであるということである。このことは、個別地域レベルで地域特殊的な物価・流通問題を解決しようとする場合にも、関係者が真先に考えねばならないことである。それ故、関係者は、政策を樹立するまえに、消費者が物価騰貴に対してどんな不満を抱いているかをまず明確にする必要がある。そして、個別地域で物価・流通政策を樹立しようとする場合、それらの不満のうち、個別地域の努力で解決できる点を選びだし、その不満を解消するような政策を樹立する必要がある。

以下、高島町の消費者がいかなる不満を抱いているかということを、アンケート調査を中心に分析してみたい。

(1) 生食料品価格騰貴に対する一般的不満

表13は、高島町の消費者が生鮮食料品価格騰貴に対して抱いている一般的不満である。それよりわかるように、不満は各項目に分散している。さすがに、「現状では仕方がない」という回答は少なく、多くの人々が、物価騰貴に頭を痛めてい

表13 生鮮食料品価格騰貴に対する消費者の不満

	高	島	端	島
イ、 政府が流通政策を重視していない	212人	(11.5%)	30人	(7.7%)
ロ、 流通機構が複雑である	249	(13.6)	46	(11.8)
ハ、 卸売市場制度に問題がある	183	(10.0)	31	(7.9)
ニ、 仲買人がもうけすぎている	279	(15.2)	52	(13.3)
ホ、 小売商人がもうけすぎている	292	(15.9)	48	(12.3)
ヘ、 経済体制が悪い	161	(8.8)	28	(7.2)
ト、 現状では仕方がない	96	(5.2)	22	(5.6)
チ、 その他	11	(0.6)	1	(0.3)
無回答	353	(19.2)	132	(33.9)
計	1,836	(100)	390	(100)

る。しかし、物価騰貴を体制の問題であると深刻に考えている消費者は、きわめて少ないし、また、全国的な物価問題の解決主体である政府の政策に批判の目を向けている消費者も思ったより少ない。消費者の不満の多くは、「小売商人がもうけすぎている」、「仲買人(仲卸人)がもうけすぎている」、「流通機構が複雑である」といった流通機構へ向けられている。つまり、消費者は、生鮮食料品価格が高いのは、流通機構に問題があるからだと思っているのである。消費者のこの不満のもちかたには、相当問題があるが、現にこのような不満をもっているのであるから、関係者は、いかにこの不満を解消していくか、ということをもまず考慮すべきである(もちろん、すべての不満は、個別地域のみで解決できるものではない。それらの不満の中から、個別地域レベルで解決できそうなものを選びだし、それを解消すべく努力する必要がある)。

(2) 既存の生鮮食料品流通機構に対する消費者の意見

すでに指摘したように、高島町の生鮮食料品流通機構は、既存の全国的な生鮮食料品流通機構の一般の形態である中央卸売市場を中核としたその末端の流通機構と対岸(向い地)からの「かつぎ屋」を中心とした流通機構の二つから成り立っている。この二つの流通機構のうち、現在ではきわめて特殊な流通機構である「かつぎ屋」に焦点を合せて、それに対する消費者の声を聞いてみることにする。

表14は、消費者が「かつぎ屋」に対してどのような意見をもっているかを示したものである。表15は、表14を加工したものである。すなわち、表14のイ、ロ、ハ、ニは、「かつぎ屋」に対する好意的な意見、ホ、ヘ、ト、チ、リは、「かつぎ屋」に対する不満と解釈しうる。この質問では、3項目に○印をつけてもらったので、その○印をつけ方によって、消費者が「かつぎ屋」に対して、本

建 野 堅 誠

表14 かつぎ屋に対する消費者の意見

	高 島	端 島
イ、 新鮮なものをもってきてくれる	878人 (47.8%)	187人 (47.9%)
ロ、 一般に価格も安い	364 (19.8)	32 (8.2)
ハ、 サービスがよい	263 (14.3)	140 (35.9)
ニ、 いつまでも売りにきてもらいたい	827 (45.0)	134 (34.4)
ホ、 おばさん達は相当もうけているようだ	481 (26.2)	74 (19.0)
ヘ、 だんだんサービスが悪くなってきている	534 (29.1)	87 (22.3)
ト、 価格表示がないので買い物がしづらい	857 (46.8)	120 (30.8)
チ、 以前ほど新鮮なものをもってきてくれない	476 (25.9)	97 (24.9)
リ、 ときどき目方をごまかされる	620 (33.8)	57 (14.6)
ス、 そ の 他	49 (2.7)	13 (3.3)
無 回 答	104 (5.7)	26 (6.7)

(注) 3項目に○印をつけてもらった

表15 かつぎ屋に対する好意と不満

	高 島	端 島
(A) 好 意	333人(18.1%)	123人(31.5%)
(B) 好意・不満	901 (49.1)	166 (42.6)
(C) 不 満	498 (27.1)	75 (19.2)
無 回 答	104 (5.7)	26 (6.7)
計	1,836 (100)	390 (100)

当に好意だけなのか、また、不満だけなのか、あるいは、好意をもっているがある面で不満をもっている、と分解したのが表15である。

「かつぎ屋」に対してなんら不満をもっていない消費者が高島で18.1%、端島で31.5%である。端島で「かつぎ屋」に対して絶対的に好意をもっている消費者が多く、不満だけの消費者が少ない(19.2%)のは、端島では「かつぎ屋」への依存度

が高いことを示している。

消費者の大半は、「かつぎ屋」に対して好意を示しているが、ある面で不満をもっている。すなわち、消費者の大半は、「かつぎ屋」の存在を認めているが、価格表示がない(高島46.8%、端島30.8%)、サービスが悪くなってきている(高島29.1%、端島22.3%)、以前ほど新鮮でない(高島25.9%、端島24.9%)、目方をごまかされる(高島33.8%)、もうけている(高島26.2%)といった不満をもっている。これらの不満のうち、「以前ほど新鮮なものをもってきてくれない」という不満は、「かつぎ屋」が自家生産物以外の生産物を増やしていることに対するものであるように思われる。

高島で27.1%もの消費者がまったく「かつぎ屋」に不満をもっていることは注目すべきことである。

(3) 生鮮食料品に関する不満

表16は、現に販売されている生鮮食料品に対して、消費者がいかなる不満をもっているかを示したものである。以下において、この不満を不満の割合が高い順に検討してみよう。

① 値段が高い

この「値段が高い」という不満を分析すると、次の三つのことが指摘されうる。すなわち、一つは、全国的な生鮮食料品価格騰貴に対する不満である。つまり、年々の価格騰貴、月々の価格騰貴

に対する不満である。二つは、全国的な価格騰貴は仕方ないこととして認めるが、長崎市に比較して価格が高いという不満である。三つは、鮮度がそれほど高くはないのに値段が高い、つまり、下級品を高い価格で買わされている、という不満である。以上の不満のうち、第一に指摘した点は、全国の消費者がもっている不満で地域的な特殊性はない。問題は、第二、第三の不満に存在しているのである。そこで、その点に関して若干考察してみよう。

表16 生鮮食料品に関する消費者の不満

	高 島	端 島
イ、 値段が高い	1,366人 (74.4%)	302人 (77.4%)
ロ、 新鮮なものが少ない	722 (39.3)	130 (33.3)
ハ、 品揃えが悪い	580 (31.6)	155 (39.7)
ニ、 品質が悪い	424 (23.1)	72 (18.5)
ホ、 高級品が少ない	150 (8.2)	20 (5.1)
ヘ、 清潔でない	606 (33.0)	104 (26.7)
ト、 そ の 他	68 (3.7)	4 (1.0)

注： 3項目に○印をつけてもらっているので100%にならない

第二の不満であるが、表17のように、調査時点ではそれほどの価格差は存在していない。しかし、高島町町勢要覧（1969年版）によれば、長崎市より20～50%の物価高（生鮮食料品のみではない）であることが指摘されている。

高島町の生鮮食料品価格が長崎市と比較してどうなのかは、高島町側に資料が不足しているので、現時点では正確に比較できない。しかし、高島町においては、生鮮食料品需要の7割強を「長崎ルート」に依存しているから、物理的には船賃

分高くなっているはずである。

また、高島町の主婦の大半が月に1～2回長崎市へ出かけている（表18参照）。その出かける主要目的は、ショッピング（買回品など）、病院、レジャーなどである。（表19参照）。しかし、そのとき、多くの主婦が毎回かときどき、主要目的のついでに生鮮食料品を購入している（表20参照）。その購入理由は、「安いから」である（表21参照）。

このことからわかるように、消費者は、実感と

建 野 堅 誠

表17 長 崎 市 ・ 高 島

種別	品名	単位	6月			
			長崎市 小売価格	高島町(A) 小売価格	高島町(B) 小売価格	高島町(C) 小売価格
野菜	ばれいしょ(だんしゃく)	100g	9.00	5	8	8
	キャベツ(地廻り品)	100g	8.00	6	8	8
	はくさい(結球白菜)	100g	9.00	7	7	8
	ねぎ(地廻り品)	100g	18.33	15	15	15
	大根(葉付)	100g	4.20	2	3	3
	玉ねぎ(葉付を除く)	100g	4.42	2	5	4
	にんじん(長にんじん)	100g	12.83	7	7	8
	ごぼう(地廻り品土付を除く)	100g	26.25	20	20	25
きゅうり	100g	10.25	4	7	6	
鮮魚類	あじ(まあじ丸)	100g	80.83	70	70	60
	かつお(まがつお切身)	100g	110.00	—	—	—
	かれい(まがれい丸)	100g	55.83	—	30	40
	さば(長さ24~36cm)	100g	24.58	20	20	20
	たい(まだい20cm程度)	100g	115.83	100	80	90
	ぶり(切身)	100g	148.33	—	120	—
いか(するめいか冷凍を除く)	100g	68.33	—	35	35	
肉類	牛肉(ロース並)	100g	220.00	200	—	—
	豚肉(中)	100g	77.50	75	75	75
	中肉(並)	100g	48.75	55	55	60
	ハム(プレスハム)	100g	85.00	65	65	—
	ソーセージ(ウインナーソーセージ)	100g	50.00	60	60	—
	鶏卵(地玉子)	100g	20.34	—	20	22
果実	バナナ(台湾産)	100g	11.08	10	11	10
	みかん(匆みかん)	100g	15.13	10	12	—
	りんご(国光)	100g	21.46	18	25	—
	なし(二十世紀)	100g	—	—	—	—
	西瓜	100g	15.42	10	—	—
調味料	しょう油	1.8ℓ	220.00	220	220	245
	味噌(米みそ・赤みそ中)	1Kg	118.75	120	120	—
	砂糖(上白)	1Kg	147.50	155	155	140
	食用油(大豆油上)	1.8ℓ	98.75	350	350	—

(注) 長崎市は県統計課, 高島町町生活学校調, なお高島町の(A)は光町公設市場, (B)は山手市場, (C)は端島市島,

(注) 調味料中食用油については長崎のばあい, 450g(ポリ容器入り)の価格を記入, また長崎市の小売価格は任

生鮮食料品価格・流通問題と消費者

町小売価格表

7 月				8 月			
長崎市 小売価格 (円)	高島町(A) 小売価格 (円)	高島町(B) 小売価格 (円)	高島町(C) 小売価格 (円)	長崎市 小売価格 (円)	高島町(A) 小売価格 (円)	高島町(B) 小売価格 (円)	高島町(C) 小売価格 (円)
8.00	5	10	8	8.00	7	8	8
8.25	8	15	8	11.42	12	15	12
9.50	10	10	8	18.33	20	20	15
17.08	—	15	15	20.00	50	60	25
5.76	10	—	—	14.38	15	20	30
6.17	7	8	4	5.67	5	6	5
12.42	8	8	8	16.67	15	18	20
25.00	25	—	25	25.00	30	35	25
17.51	5	—	—	22.18	18	21	21
102.50	—	—	—	93.75	35	40	60
120.00	—	—	—	107.50	—	—	—
58.75	—	—	40	59.58	30	35	25
26.25	30	40	20	31.67	—	—	15
116.67	—	—	90	133.33	100	120	—
184.72	—	140	—	225.83	—	—	—
64.59	30	30	35	58.33	80	100	—
220.00	200	—	—	220.00	200	200	—
77.50	75	75	75	77.50	65	65	70
48.75	55	55	60	48.75	55	55	55
85.00	65	65	—	85.00	70	70	65
50.00	60	60	—	50.00	70	70	60
19.58	23	19	22	20.83	23	24	22
10.83	8	9	10	14.75	18	20	20
—	—	—	—	—	—	—	—
—	15	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	29.69	—	—	—
7.65	2	—	—	10.26	5	6	15
220.00	220	220	245	220.00	220	220	—
118.75	120	120	—	143.25	105	110	—
148.75	155	155	140	147.50	160	160	140
98.75	350	350	—	98.75	290	290	—

ただし高島町の小売価格で、明らかに調査ミスと思われるものは除いてある。

意の三地点A・B・Cの平均値。

出所：「高島町物価問題報告書」

表18 長崎へ行く回数(月)

	高 島	端 島
0 回	393人(21.4%)	51人(13.0%)
1 回	635 (34.6)	154 (39.5)
2 回	351 (19.1)	97 (24.9)
3 回	63 (3.4)	28 (7.2)
4 回	73 (4.0)	19 (4.8)
5 回	42 (2.3)	6 (1.5)
6回以上	47 (2.6)	7 (1.8)
無回答	231 (12.6)	28 (7.2)
計	1,836 (100)	390 (100)

注: 0回は年1~11回行く人も含まれる。

表19 その時の主要目的

	高 島	端 島
イ、ショッピング	918人(50.0%)	230人(59.0%)
ロ、病院	477 (26.0)	93 (23.8)
ハ、レジャー	288 (15.7)	83 (21.3)
ニ、会議	16 (0.9)	12 (3.1)
ホ、実家へ	136 (7.4)	30 (7.7)
ヘ、その他	121 (6.6)	21 (5.4)
無回答	268 (14.6)	33 (8.5)
計	1,836 (100)	390 (100)

表20 長崎での生鮮食料品購入状況

	高 島	端 島
毎回購入	317人(17.3%)	67人(17.2%)
時々購入	909 (49.5)	242 (62.1)
購入しない	518 (28.2)	51 (13.1)
無回答	92 (5.0)	30 (7.7)
計	1,836 (100)	390 (100)

表21 購入する理由

	高 島	端 島
新鮮だから	288人(15.7%)	70人(17.9%)
安いから	787 (42.9)	215 (55.1)
その他	93 (5.1)	24 (6.2)
無回答	682 (37.1)	92 (23.6)

注: 若干の人が新鮮で安いからと答えているので合計では100%にならない。

して長崎市より高島町が高いと感じている。

第三の不満について分析してみよう。すでに指摘したように、高島町の消費者は、生鮮食料品を選択する場合、「価格」よりも「鮮度」を重視している。すなわち、消費者は、彼らの所得水準（県レベルでは相対的に高い）と炭鉱労働者独自の食生活（一般に食生活に金をかけているといわれている）から「若干高くとも鮮度のよいもの」を選択しているように思われる。しかし、多くの消費者は、「新鮮なものが少ない」と感じている。このことから、消費者が「新鮮でもないのになぜ価格が高いのか」という疑念をもつことになる。ここに、また、不満の一つの原因が存在しているのである。

㊦ 新鮮なものが少ない

「新鮮なものが少ない」という不満を分析すると、次の二つのことが考えられる。

一つは、長崎ルートで下級品が搬入してきていることに対する消費者の不満である。すでに指摘したように、長崎ルートの末端は、光町公設市場では、一階の小売人である。これらの小売人は、二階の「かつぎ屋」と競合しながら商いをしている。それ故、一階の小売人は、二階の「かつぎ屋

」の価格よりヨリ高い価格を設定しづらい（現実には若干高い）。そこで、品質を落して、同程度の価格を設定しているように思われる（消費者が一般に一階よりも二階のほうが新鮮であると思いつているので、一階で新鮮なものを高価格で販売しても、消費者は価格が高いという印象しかもたないだろうと思われる）。このことが「新鮮なものが少ない」という不満に通じているのではないだろうか。

二つは、対岸（向い地）ルートで、産地直結荷が少なくなってきたことに対する不満である。すでに指摘したように、「かつぎ屋」に対する不満の中で、「以前よりも新鮮なものが少なくなってきた」という不満が多かったが、これは、産地直結荷がだんだん少なくなってきたことを示しているのである。

㊦ 品揃えが悪い

高島町の消費生活は都市的であり、生鮮食料品に対しても多様な欲求をもっている。しかし、既存の生鮮食料品流通機構、特に「かつぎ屋」は、その多様な欲求に対処できないのが現状である。というのは、すでに指摘したように、対岸の蔬菜生産は、きわめて零細で、女子労働力中心であり、消費者の多様な欲求に答えられるような状態にないし、また、「かつぎ屋」のかつぎ荷形態では、品揃えをよくしようとしても不可能である。

㊧ 清潔でない

清潔でないという不満も分析すれば、次の二つのことが指摘される。

一つは、店舗に対してである。すでに指摘したように、高島町には、光町公設市場と山手市場（高島）および端島市場の三つがあるが、山手市場と端島市場は、きわめて非衛生的である。

二つは、商品自体が清潔でないということに対する不満である。

㊨ 高級品が少ない

この不満は、洋風野菜などの高級品が少ないことに向けられている。しかし、このような不満をもっている消費者は思ったより少ない。

5. 生鮮食料品価格・流通問題と問題解決の方向

われわれは、高島町における生鮮食料品価格・流通問題を解決するために、これまで、高島町における生鮮食料品流通の現状と特質を明らかにし、それに対して、消費者がどのような意見および不満をもっているか、ということ进行分析してきた。そこで、最後に、その問題解決の方向を模索してみたい。

ところで、高島町における生鮮食料品価格・流通問題のうち主要な問題を整理すると、次の三つにまとめることができる。

- (1) 生鮮食料品に対する消費者の不満の根源
- (2) 生鮮食料品流通機構の問題点
- (3) 生鮮食料品価格・流通問題への消費者の対応行動

以下、これらの三つの問題を中心に問題解決の方向を検討していこう。

(1) 生鮮食料品に対する消費者不満の解消方向

すでに指摘したように、高島町の消費者は、生鮮食料品に対して、「値段が高い」、「新鮮なものが少ない」、「品揃えが悪い」、「品質が悪い」、「清潔でない」および「高級品が少ない」といった不満をもっている。これらの不満の中で、特

に、「値段が高い」と「新鮮なものが少ない」（「品質が悪い」という不満はこれと同義と解釈しよう）という不満が圧倒的に多い。そこで、これらの二つの不満を中心にその解消方向を検討してみよう。この検討にあたっては、長崎市の価格と鮮度を基準とする。

長崎市の価格と鮮度を基準とすれば、「高島町の生鮮食料品の価格と鮮度が長崎市のそれらとどうなるか」ということが問題となる。

すでに指摘したように、高島町の生鮮食料品流通機構は、長崎ルートと対岸（向い地）ルートの二つのルートから構築されている。そこで、これらの二つのルート別に、「同一価格で同一鮮度」の可能性を考察してみよう。

① 長崎ルート

このルートでは、船賃分、価格が高くなることは自明である。それ故、「同一価格で同一鮮度」を達成するためには、船賃を相殺する何かが必要となる。それには、④長崎市の仲卸人よりも安く仕入れる、⑤仲卸人のもうけを少なくする、⑥小売人のもうけを少なくする、などがある。しかし、これらは、現実的にはほとんど可能性がない。というのは、④の場合、既存の卸売市場で、同一鮮度のものを特定の仲卸人が安く購入することはできないし（仲卸人が力をもっても安く購入することはできない）、⑤⑥では、仲卸人と小売人それ自体が零細経営で、諸物価高騰（特に人件費の高騰）の折、利益を減少するような行動をとるはずがないからである。それ故、このルートでは、高島町において長崎市と「同一価格で同一鮮度」を達成することはほとんど不可能である。

このルートは、現在、高島町の生鮮食料品需要の約7割強を供給し、将来ますますその割合を高

めようとしている。それ故、関係者は、「同一価格で同一鮮度」を達成することは不可能としても、それに近づける努力を怠ってはならないだろう。

② 対岸（向い地）ルート

このルートでは、向い地—高島間の船賃と向い地—長崎間の運賃がほとんど同じである（町営運搬船で船賃を下げれば、向い地—高島間のほうがより安い）。それ故、「同一価格で同一鮮度」を達成するためにはそれだけ有利である。だから問題は、生産地の状況と「かつぎ屋」のあり方に存在する。

すでに指摘したように、対岸の農業は、一部でびわとみかんに特化し、農業の専門化を志向しているが、残りのほとんどの農業は、まさに崩壊過程の中で、蔬菜生産が女子労働力を中心に細ぼそと継続されている。このルートは、このような零細な生産者によって支えられているのである。

このルートは、「同一価格で同一鮮度」の可能性をもっているばかりでなく、主要ルートである長崎ルートの独走をも規定している。それ故、関係者は、現在の国の農政（零細な生産者を無視した画一的な政策）に期待するのではなく、自ら真剣にこれらの零細な生産者の保護育成策を考慮すべきである。

次に問題となるのは、「かつぎ屋」のあり方であるが、このことについては、後述する予定である。

以上、価格と鮮度を中心に、生鮮食料品に対する消費者の不満の解消方向を模索してきた。以上のほかに、消費者は、「品揃えが悪い」、「高級品が少ない」および「清潔でない」という不満をもっている。

「品揃えが悪い」と「高級品が少ない」という不満を対岸（向い地）ルートに訴えるのは、諸事情を考慮すればわかるように酷である。現状でこの不満を解消しなければならないのは、長崎ルートであるように思われる。

また、「清潔でない」という不満の多くは、山手市場と端島市場へ向けられている。この不満の解消は、行政当局の責任においてなされるべきである。

(2) 生鮮食料品流通機構の問題点とその解決方向

ここでは、特に、「同一価格で同一鮮度」を達成することが可能であり、また、主要ルートの独走を規定している対岸（向い地）ルートで主要な役割を演じている「かつぎ屋」に焦点を合せ、その問題点を指摘し、問題解決の方向を模索してみたい。

すでに明らかなように、「かつぎ屋」の存在をまったく否定している消費者は、高島で27.1%端島で19.6%である。しかし、多数の消費者は、「かつぎ屋」に対して、「全般的に好意をもって」、「好意をもっているが、ある面で不満もある」という人々である。それ故、このことから、大多数の消費者が何らかの意味で「かつぎ屋」を肯定しているといえる。すなわち、消費者も「かつぎ屋」の存在意義を認めているのである。「かつぎ屋」が消費者にも肯定されているのであるから、関係者は次のようなことを検討する必要がある。つまり、関係者は、いかにして「かつぎ屋」を存続せしめていくか、という問題といかにして「かつぎ屋」に対する消費者の不満を解消していくか、という問題を解決する必要がある。若

干具体的にいえば、関係者は、前者では、向い地農業の保護育成の問題、「かつぎ屋」の保護育成の問題、「かつぎ屋」の店舗の問題、輸送（特に運搬船）問題などを解決すべきであり、後者では、消費者の不満の声が高かった「価格表示がないので買い物がしづらい」、「ときどき目方をごまかされる」といったことなどを解消すべく「かつぎ屋」を行政指導する必要がある。

以上、「かつぎ屋」に焦点を合せ、その問題解決の方向を模索してきたが、ここでもっとも重要な問題は、向い地農業の保護育成の問題であろう。「かつぎ屋」に対する消費者の「以前ほど新鮮なものをもってきてくれない」という不満の根源は、停滞している向い地農業の現状にあるように思われる。それ故、向い地農業の保護育成が関係者が解決すべきもっとも重要な政策課題であるといえる。高島町の関係者は、向い地の野母崎町と三和町の関係者と共同して真剣にこの問題解決のために努力すべきである。

(3) 生鮮食料品価格・流通問題への消費者の対応行動

これまで、高島町における生鮮食料品価格・流通問題を解決するために、町の関係者が取り組むべき政策課題を検討してきた。そこで、最後に、消費者がこの問題にいかに対応していくべきか、ということを検討していきたい。

ところで、物価・流通問題を解決するためには、消費者も自らかの問題に主体的に対応する必要がある。なぜ主体的に対応する必要があるかというと、次のような問題が存在しているからである。

④ 資本主義社会においては、消費者が自らの

利益を勝ち取るためには、自ら行動せねばならない。そうしないと、たとえ流通近代化が行なわれてもその利益（たとえば、消費者価格の安定性）を消費者は享受できない。というのは、スーパーは、現在、消費者の味方のように思われているが、いつまでも味方であるかどうかを考えてみれば明白である（スーパーは、はじめのうちは、既存の流通機構に挑戦するのだから、実質的な価格の引き下げで勝負してくるが、それが既存勢力になると、徐々に価格を引き上げてゆく可能性をもっている）。

㊦ 物価・流通政策は、何よりも消費者保護の立場に立って樹立されるべきであるのに、今だそのような考え方が関係者にあまり認識されていない。

㊧ 生鮮食料品の価格騰貴が問題となる場合、真先に槍玉にあげられるのが流通機構の多段階性および複雑性である。しかし、既存の流通機構は、それ自ら孤立して存在しているわけではない。それは、それを取り巻く諸事情（生産事情、消費事情、商品事情など）と有機的に関連して機能している。つまり、多段階で複雑な流通機構の存在に消費者もからまっている。それ故、消費者が自ら合理的な消費行動をとることによって、ある程度流通機構を改善することが可能である。

以上指摘したことは、地域的な生鮮食料品価格・流通問題を検討する場合にも考慮すべきことである。そこで、以下において、生鮮食料品価格・流通問題に対して、消費者が自らの利益を享受するために、いかなる対応行動をとればよいか、ということについて、次の二つの面から検討してみたい。

① 個人的対応行動

消費者の個人的対応行動としてもっとも重要なことは、自ら合理的な消費生活ないし購買行動を行なうことである。そのためには、まず、消費者としての意識の確立、自らのおかれた環境にふさわしい合理的な行動パターンの明確化、食生活パターンの確立、といったことが重要である。

ところで、高島町の消費者の対応行動をこのような観点からみれば、次のような問題が指摘される。

㊨ 高島町の消費者の購買行動は、特殊高島の条件に制約されているが、それにしても、購買回数が多いにも多頻度であり、また、量的には少量買いである。

㊩ 高島町の消費者の消費生活は、あまり計画的でない。というのは、購入品目の決定に際して、その場で決める主婦が割合多く、また、現在、家計簿をつけている主婦が少ない（表22参照）という事実は、消費生活が計画的でない証拠のように思われるからである。

表22 家計簿の記入状況

	高 島	端 島
現在つけている	490人(26.7%)	79人(20.3%)
過去つけたことがある	857 (46.7)	192 (49.2)
つけたことがない	232 (12.6)	50 (12.8)
無 回 答	257 (14.0)	69 (17.7)
計	1,836 (100)	390 (100)

高島町の消費者も、以上のような問題を解決して、漸次合理的な消費生活ないし購買活動に近づけていくべきである。こうして、合理的な消費生活ないし購買行動が行なわれるようになれば、既

生鮮食料品価格・流通問題と消費者

存の消費者サイドの事情も徐々に変化してきて、生鮮食料品価格騰貴の主要な原因のひとつである、多段階で複雑な流通機構を消費者の側から若干改善することが可能となるのである。しかし、個人的対応行動には限界があるので、次に、集団的対応行動について検討してみたい。

②集団的対応行動

これについては、さまざまな対応行動があるが、ここでは、生活協同組合運動を中心に検討してみたい。

すでに指摘したように、現体制において、消費者が自らの利益を勝ち取るためには、消費者自らが主体的に行動する必要があるが、その本格的対応行動の一つが生協運動である。

現在、高島の生協活動は、あまり活発でない。その理由として、次のようなことを指摘しよう。

- ④ 消費者が生協をあまり理解していない。
- ⑤ 会社（鉱業）が生協活動にあまり理解を示していない。

① 主要な商品を会社経営の購買会がにぎっている。

② これまでの生協運営に問題があった。

しかし、われわれは、次のような理由から、高島でも生協活動を守り立てるべきであると考えている。

① すでに指摘したように、生協運動は、消費者自らの利益を勝ち取るための本格的対応行動の一つである。

② 高島の消費者は、特殊高島の事情により購買場所を制限されている。それ故、生協が生鮮食料品を取り扱うようになれば、店舗の選択機会が若干増える（現在、生鮮食料品では肉だけ取り扱っている）。

③ 高島の消費者の3割強が「生協は物価抑制のカギとなっているから育成していきたい」と生協に期待し、また、4割弱の消費者が「生協で生鮮食料品も取り扱ってもらいたい」と希望している（表23、24参照）。

表23 生協に対する消費者の意見

	高 島	端 島
イ、 生協は物価抑制のカギとなっているから育成していきたい	619人(33.7%)	45人(11.5%)
ロ、 生協で生鮮食料品（野菜など）も取り扱ってもらいたい	720 (39.2)	73 (18.7)
ハ、 品物が安く、良心的である	281 (15.3)	23 (5.9)
ニ、 もっと良い品物を安く売ってもらいたい	1,238 (67.4)	119 (30.5)
ホ、 生協運営に不満がある	517 (28.2)	16 (4.1)
ヘ、 Co-op 商品をたびたび買うようにしている	299 (16.3)	4 (1.0)
ト、 安いけれども品物が悪い	548 (29.8)	30 (7.7)
チ、 そ の 他 ()	47 (2.6)	2 (0.5)
無 回 答	115 (6.3)	270 (69.2)

(注) 3項目に○印をつけてもらった。尚、端島には生協がないので端島の消費者の意見は高島生協への意見と思われる。

表24 生協に対する好意と不満

	高 島
(A) 好 意	173人 (9.4%)
(B) 好 意・不 満	1,139 (62.0)
(C) 不 満	409 (22.3)
無 回 答	115 (6.3)
計	1,836 (100)

現在、高島生協は、多くの問題を抱えている。特に、消費者の3割弱もが「生協運営に不満がある」と訴えていることは問題である。それ故、生協を運営している人々は、こういった問題をすみやかに解決すべく努力すべきである。

また、同時に消費者は、生協についてもっと理解を深めるべきである。生協は、スーパーと同じような安売店ではない。生協は、消費者自らの利益を勝ち取るための運動体である。生協運動が軌道に乗れば、それに付随して価格でのメリットも獲得できるのである。

すでに指摘したように、今日安売店と信じられているスーパーは、今後も「安売店」である、という保証はどこにもないのである。そういったことを消費者はよく認識し、生鮮食料品価格・流通問題に対しても、消費者自ら主体的に対応していかなければならない。

6. おわりに

われわれは、本稿で、高島町における生鮮食料品価格・流通問題を消費者視点からとらえ、その問題に含まれている問題点を指摘、分析し、その問題の解決方向を模索してきた。本稿では、高島町における生鮮食料品価格・流通問題しか論究できなかつたが、本稿で展開した思考方法は、地方自治体レベルで地域的な生鮮食料品価格・流通問題を解決しようとする場合適応できるものである。

すでに指摘したように、物価・流通問題には、全国的共通現象としての全国的な物価・流通問題と、それと密接に関連しながらも、個別地域のもつ地域特殊性によって規定された、地域的な物価・流通問題が存在している。それ故、物価・流通問題を根本的に解決するためには、まず、前者が解決されるべきであるが、後者を解決することも忘れてならないことである。前者を解決する主体は政府であり、後者を解決する主体は地方自治体である。それ故、物価・流通問題を解決するために、政府ばかりでなく地方自治体も真剣にその問題と取り組む必要がある。

(付記)

本稿をまとめるにあたって多くの方々に御協力をいただいた。この機会に、御協力をいただいた方々に厚くお礼申しあげたい。