

【論 文】

戦前期青森県産りんご輸出のパラドックス

黄 孝 春

一 問題意識

人口減少と国内需要の縮小に対応して農産物の輸出拡大戦略がさまざまなレベルで実施されている。小規模農家を基本とする日本にとって農産物の輸出拡大はいくつかの課題を抱えており、難しい選択に直面している。

・誰が輸出業務を担うか。まず農産物生産者または産地出荷業者（例えば農協あるいは商人）がみずから農産物を海外に輸出する、いわゆる直接輸出という形態がある。次に農産物生産者または産地出荷業者に代わって、都会の貿易商社が輸出業務を仲介する、いわゆる間接輸出という形態がある。いうまでもなく直接輸出の場合、仲介コストを省き、海外市場の情報をダイレクトに仕入れるなどのメリットが考えられるが、海上輸送、代金決済、為替変動などのリスクが発生する恐れがある。一方、間接輸出の場合、貿易商社に出荷して取引が終わるので、国内取引と実質的に違いはない。

・産地出荷体制はどうあるべきか。小規模な農産物生産者または出荷業者が単独で貿易商社に出荷する場合、取引商品の種類、取引ロット及び取引期間など取引先からの注文要求を満たすのが困難で、輸出取引の機会ロスをもたらすこと、不利な取引条件を押し付けられることが考えられる。そこで農家同士による出荷組合や、協会、場合によって産地全体による共同出荷体制が求められる。近年、産地協議会方式、産地リレーやオールジャパンという名の下で産地出荷体制の強化が叫ばれるが、そのコーディネート・コストがネックとなっている。

・輸出をどのように位置づけるのか。国内消費者の嗜好に合わせたデザイン、スペック、包装の商品をそのまま海外へ出荷する、いわゆるプロダクトアウト戦略と、輸入国の嗜好と需要に合わせた商品開発、スペック、包装、デザインを用いた戦略的な輸出行動、いわゆるマーケットイン戦略が大別できる。前者は国内供給過剰のものを海外市場に向かわせ、それによって国内価格を支える、つまり国内市場の補完という役割を輸出に求めるのに対して、後者は最初から海外市場をターゲットにそれに向けた商品の開発、生産と流通の仕組みの構築により、より安定的な輸出拡大を目指すものといえる。

ところで、日本の農産物輸出の中においてりんごが単一の青果物品目としてその輸出数量と金額

がトップの座を占め続け、注目されている。りんご輸出の歴史は明治末期に遡ることができ、凡そ三つの時期を経過している。具体的には20世紀の初頭から終戦までの戦前期と、1950年代から1990年代までの戦後期、2000年代以降現在もなお進行中の再興期である。それぞれの時期において内外の政治経済環境や、りんごを巡る生産・流通・消費の状況、ロジスティックスや情報伝達手段など貿易に係わるインフラ条件が大きく変化してきたが、上述した三つの輸出課題がりんご産地にとって変わらないものであった。それぞれの時期においてその取組はどのような推移をたどってきたのか、またその相違はどのようなロジックによるものなのか。近年りんごの輸出に関する実態調査の成果がいくつか発表されているが、上述の視点からの研究は皆無である。

本稿はまず戦前期の青森県産りんご輸出に焦点をあてる。論文の構成としてはまず、青森県りんご関係者による輸出の推移を概観し、その特徴を明らかにする。次に、明治末期～大正初期に青森県輸出関係者が行われた海外市場調査の報告書をもとに青森県産りんごの輸出実績、製品特徴、輸出チャンネルと現地販売体制について検証する。最後に戦前期青森県りんご輸出のメカニズムを明らかにし、その形成要因（ロジック）を考察する。

なお、本稿は青森県が編纂した『明治時代における青森りんご海外販売史』（昭和27年）、『明治大正りんご販売史』（昭和40年）を主な資料源としている。この2冊が『青森県りんご百年史』（昭和52年）を作成するために編纂した貴重な史料であるが、筆者が知る限り、これまでのところ、学術的研究に使われたことはない。

二 青森県内関係者によるりんご輸出の取組実態

1 明治末期から大正初期までの輸出活動

青森県産りんごの輸出は明治末期に遡ることができる。明治初期導入した西洋りんごが青森県に定着すると、「販売市場を求めて東京、大阪、京都の大都市をはじめ近くは函館、更に横浜、神戸、遠くは広島、関門、長崎等の貿易港へと流れていった」。これら貿易港で「果実商が海外市場と取引をしている」実状を知り、「直接海外販売の有利性」を信じて海外直接輸出に手を始めたものである。主な輸出先は北方のウラジオと南方の上海、香港、マニラなどであった¹（第1表）。

明治27年函館港より110斤（代価6円）のりんごが清国へ向けられたのが最初で、テスト輸出とされる。翌28年同港から清国へ7,448斤（箱換算187箱）の大量輸出が記録されている²。

弘前の青果商皆川藤吉は明治32年に上海、36年にウラジオ調査を踏まえて、販路の広い上海市場の可能性に賭けて明治39年2月に500箱、翌40年、41年も同様に500箱のりんごを上海に持ち込んだものの、売れ残りを日本に戻すほどの失敗続きであった。明治42年からようやく好転し、43

¹ 青森県経済部『明治時代における青森りんご海外販売史』（昭和27年）、1ページ。なお、ウラジオはウラジオストックの略称で、当時浦塩または浦塩斯徳とも表記されていた。

² 1斤＝460g

第1表 青森県地元企業のりんご輸出年表

年別	地元企業の輸出活動	産地関連
明治 27 年	函館港から清国へ 110 斤（代価 6 円）	
明治 28 年	函館港から清国へ 7,448 斤（箱換算 187 箱）	
明治 32 年	堀内喜代治が 18 歳でウラジオに渡りりんご販売を始める 皆川藤吉が上海港における需要状況を調査	
明治 36 年	皆川藤吉はウラジオ港の需要状況を調査	
明治 39 年	皆川藤吉が 500 箱のりんごを携行して上海で販売	青森港が特別輸出港に指定、 津軽林檎輸出業組合設立
明治 42 年	交通丸が 4 回の定期航路でりんご 3,042 箱を輸出 合資会社青浦商会設立	青森とウラジオの定期航路に交 通丸が就航
明治 43 年	皆川洋行が上海で開店 小野長四郎が約 1,500 箱を朝鮮に輸出	
明治 44 年	小野長四郎が約 1,000 箱を朝鮮京城に輸出 中畑巽が香港輸出	農産物販路拡張会設立 県販売拡張費補助規定公布
明治 45 年	堀内民次郎が台湾の基隆港に 100 箱を輸出	
大正 5 年	株式会社青浦商会設立	青森県林檎同業会設立
大正 11 年		交通丸運航停止
大正 15 年		日本苹果株式会社設置 青森県りんご組合連合会設立
昭和 5 年	斎藤兵太郎、木村得次郎が上海、蘭領印度へ開拓を図る	
昭和 8 年		県営検査規則が実施
昭和 13 年		りんご海外輸出協会設立、三井 物産を輸出代行者に指定
昭和 14 年		上海に県の出張所を設置。青森 港をりんご輸出検査港に指定
昭和 15 年	日本林檎輸出株式会社、青森県林檎輸出株式会社、青森県 苹果貿易株式会社設立	

出所）筆者より作成

年に上海で「苹果卸売りを専業」とする皆川洋行を設置するに至った³。

一方、ウラジオに市場を求める動きが相次いだ。青森市で野菜果物商を営んでいた堀内彦次郎の長男の堀内喜代治が明治 32 年に 18 歳でウラジオに渡りりんご販売を始め、やがてウラジオに出張所を置き、弟の民次郎に担当させた。

ところで、青森県産りんごの輸出にとって画期的な出来事の一つは明治 39 年 4 月に青森港が特別輸出港に指定されたことである。それまでは北海道の函館や小樽を経由してウラジオ港にりんごを輸出していたが、青森港から直接輸出できることが悲願であった。その特別輸出港指定に伴い、りんご輸出に関して二つの動きがあった。

その一つは明治 39 年 10 月、約 50 名の業者が弘前に集まって津軽林檎輸出業組合を結成したこと

³ 前掲、『明治時代における青森りんご海外販売史』26 ページ。

で、前出の皆川藤吉が組合長に選任された。やがて50万箱に達すると見られる生産量の圧力と、青森港が特別輸出港に指定されてロシアのウラジオ港への輸出が可能となったことへの対応として「各個人間に競争し居るを許さず、爰に吾等当組合を創立し共同一致益々津軽林檎輸出の盛況を図らんとする所以なり」⁴とあるように産地全体統一的な行動が求められるからである。

いま一つは合資会社青浦商会の設立である。明治42年青森・ウラジオ間定期航路の開設に伴い、大阪商船の貨客船交通丸が就航することとなった。航路開設の陳情の第一線にあった北山一郎（りんご園主で県議会議員）が県内経済界の力を得て9月12日合資会社青浦商会を設立した。「シベリア地方において本県りんごその他生産品を委託販売し並びに同地方物産の受託買入をなす」と同社の定款第2条に示される通り、同商会はウラジオに支店を設け、青森との間に貿易業務を行う専門商社である。明治44年から大正13年まで県の補助金を受け続けてきた「県策の会社」ともいわれる⁵。

なお、ウラジオへのりんご輸出はほとんど産地の輸出業者が当たり、生産者の輸出は明治41年の菊池権左エ門等蔵館の生産者が2、3人共同で出荷した例以外は記録上認めることができない。また「輸出業者は続出したが、継続的に輸出したものとしては堀内商店くらいのもので、その堀内商店も青浦商会の進出以後は余りふるわず大正十年頃には本県りんご輸出量の過半を青浦商会が占めたもの」という⁶。

以上は明治末期上海における皆川、ウラジオにおける堀内、青浦商会の輸出活動を中心に述べてきたが、それ以外の地域にも県内関係者の輸出活動がみられた。例えば、南津軽郡金田村のりんご栽培者小野長四郎らが明治43年に1,500箱、翌年約1,000箱を朝鮮、また弘前の牧畜兼りんご栽培者中畑巽が明治44年に香港、堀内喜代治が明治45年11月に100箱を台湾の基隆港に輸出したことが記録されている。

2 明治末期～大正初期のりんご輸出データ

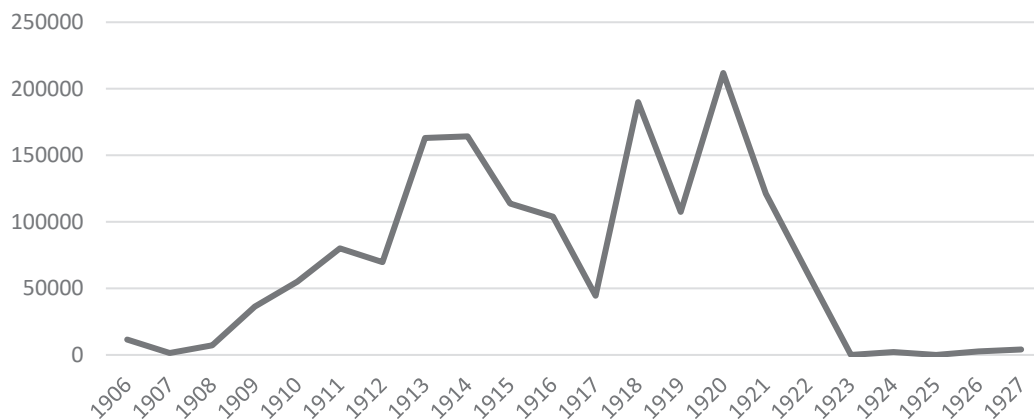
上述の輸出活動は関係者による現地調査の報告書や、回顧録、地元新聞からかき集めた断片的なものである。当時青森県産りんごの輸出数量と金額を時系列的に示すデータはなく、唯一の例外は特別指定港に指定された青森港から輸出されたりんごの金額（明治39年～昭和2年、1906年～1927年）が残っている（第1図）。

これによると、青森港からのりんご輸出額は1907年、1912年、1917年と1919年のように数回の下落とその後の回復を繰り返しながら1920年に21万円を超えていた。しかし、ロシアの政治情勢を受けて青森とウラジオの定期船が大正11年（1922年）に運航停止し、青森港経由の輸出は激減

⁴ 同上、4ページ。

⁵ 青森県農林部りんご課『明治大正りんご販売史』（昭和40年）、211ページ。青浦商会は「毎年県費補助3,000円ずつ」をもらったという。なお同社は、大正5年に合資会社から株式会社へ改組し、同13年営業休止、15年解散となった。

⁶ 同上、212ページ。



出所)『青森県りんご百年史』784ページ。「東奥日報」昭和3年6月30日記事より引用。

第1図 青森港りんご輸出金額の推移 単位：円

してしまった⁷。

ところで、ウラジオ向け輸出とは別に、青森県産りんごは横浜、神戸などの港経由で輸出されることもあった。明治37年以降税関でりんごが単独の輸出品目として計上されることになったとされるが、「今は青森港を除く各港よりの輸出入りんご産別については知る由もない」⁸というので、りんご輸出のデータを確認することができない。

当時、日本全国のりんご輸出推移に関して比較的まとまったデータとして、農林省技師藤巻雪生が昭和7年9月24日弘前市で行われた特別記念講演において提示したものがある（第2表）。それは明治末期から昭和初期にかけてのりんご輸出数量と金額の推移について5年を単位にまとめたものである。

第2表 りんご海外輸出一覧表

年次	数量 (千斤)	価格 (千円)	明治期 100 としたる場合
自明治 40 年至同 44 年	4,515	376	100.0
自大正元年至同 5 年	7,834	536	173.5
自大正 6 年至同 10 年	3,215	430	71.2
自大正 11 年至同 15 年	1,096	145	24.3
自昭和 2 年至同 6 年	3,478	354	77.0

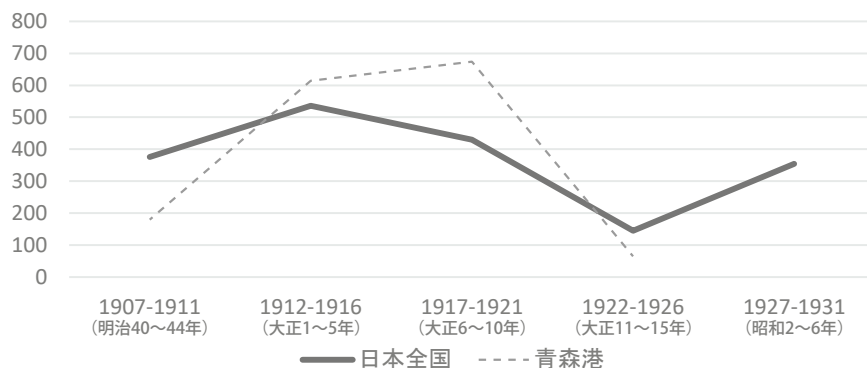
出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』、13～14ページ。

⁷ ロシアは「大正五年七月の議会で不急品の三カ年間輸入禁止法案を可決、同十一月に至ってりんごの輸入をも禁止の旨通告あり…続いて革命の烽火によって労農政府の出現をみるに至り、ウラジオ向け青森産りんごの輸出もここに終焉を告げたのである」。前掲『明治時代における青森りんご海外販売史』、15ページ。

⁸ 同上、15ページ。

これによると、明治40年～44年のりんご輸出は4,515千斤、376千円であったが、その後の推移をみると、大正元年～5年は大幅に上昇、大正6年～10年と同11年～15年は大幅に減少、昭和2年～6年はやや回復というものであった。明治40年～44年の輸出数量を基準（100）にその後5年ごとの指数を示すと、大正元年～5年は173.5で最高で、逆に大正11年～15年は24.3で最低であった。大正6年～10年、昭和2年～6年はそれぞれ71.2%、77%となっている。このように輸出数量は大きく変動し、大正初期にピークに達し、その後昭和初期になっても明治末期の水準に回復しなかった。

この時期全国りんご輸出に占める青森県りんご輸出の割合はどの程度のものであったか。対応する青森県産りんご輸出のデータがないので、算出できない。そこで全国りんご輸出金額と比較するため、前出の青森港りんご輸出金額（明治39年～昭和2年）を第2表の年次に合わせて5年ごとに集計し、第2図を作成した。



第2図 日本全国と青森港におけるりんご輸出金額の推移 単位：千円

まず、青森港りんご輸出金額は大正元年～5年と大正6年～10年、いずれも全国りんご輸出金額を上回っている。明らかにデータの正確性に問題がある。ただし全国りんご輸出金額と青森港りんご輸出金額はともに大正元年～5年と大正6年～10年に多いが、大正11年～15年に少ない、つまりこの二つのデータの傾向がだまかに一致していることが読み取れる。

次に、明治40年～44年、大正11年～15年という二つの時期においては、青森港りんご輸出金額は全国りんご輸出金額の約半分を占めている。

第3表のように函館～ウラジオ間に二つの定期航路が開設され、生産者による輸出組合も結成されていた。当時りんごの栽培面積が一番多かった北海道は地理的条件を利用して青森より先にウラジオへ輸出を積極的に展開し、北海道産りんごのウラジオ輸出は明治末期に全国りんご輸出の相当部分を占めていたと推測される。つまり明治末期のりんご輸出は青森産と北海道産のウラジオ向けが中心であった。

ところが、大正11年ウラジオ定期船の運航休止は青森産と北海道産りんごの輸出に甚大な影響を与えた。加えてこの時期、北海道産りんごの栽培面積と収穫量が縮小し、輸出できるりんごも大

第3表 明治末期における北海道産りんごの輸出活動

年別	活動内容
明治28年	小樽の商人がウラジオヘりんご輸出（約68箱）
明治29年	ウラジオ～函館～新潟の定期航路が開始、愛国丸が就航
明治30年	函館～ウラジオの定期航路が開かれ、凱旋丸が就航
明治36年	余市郡で余市購販組合が結成。組合員24名、出資1口20円で77口、合計1,540円、国内はもとより、ウラジオまで輸出
明治37年	札幌近郊の生産者を中心に北海輸出組合が結成、ウラジオが主な輸出先で樺太や、ニコライフスク、仁川、上海にも販路が広がる

出所）『明治大正りんご販売史』（昭和40年）、富士田金輔『りんごの歩んだ道』（2012年）、農文協、85ページ。

幅に減少した。一方、生産面積を増やした青森産も病虫害の多発で収穫量が低迷し、積極的に輸出する動機が弱まっていった。その結果りんご輸出は少量にとどまり、主に横浜港神戸港を經由して中国や東南アジアに向かうものであった。

3 昭和初期の輸出活動

大正末期に青森港からウラジオへの輸出動脈が途絶え、りんご輸出が低迷期に突入していった。再び転機を迎えるようになったのは昭和7年からである。

第4表が示すように青森産りんごの輸出は昭和7年から昭和13年あたりまで増加し、インド市場向けを中心に増やした。インドへの輸出は昭和7年から5万箱に上り、昭和10年に10万箱、翌年の11年も9万箱を超え、全輸出のかなりの部分を占めていた。その背景には移出商の斎藤兵太郎、木村得次郎などによる新規市場開拓があった。

昭和8年県営検査規則が実施され、9年に青森県で輸出用の検査を行い、病虫害検査の合格証明を発行できるようになった。ただこの時期は明治末期のように県内個人や商社による直接輸出があまり見られなくなり、神戸商人による仲介取引が優勢となり、青森から神戸港を経て上海、天津、東南アジアへの動脈に変わっていった。産地では、輸出振興の声は生産者団体の青森県林檎同業組合から上がり、その別動隊である日本苹果株式会社が設置された。

日中戦争後に輸出市場が東南アジアから中国大陆へ移り、大陸へのりんご輸出はいよいよ有望な情勢になったので、青森県はりんご関係各団体を網羅した輸出の一本化体制を企て、昭和13年にりんご海外輸出協会を設置した。そして上海に県の出張所を設置し、斡旋事業を開始すると同時に、青森港をりんご輸出検査港に指定するなどが決定された。昭和13年から中国大陆、満州、台湾、樺太などを中心に急増し、昭和15年に生産量の10%にあたる123万箱という輸出量に達した。これは占領地域（中国大陆、満州、台湾、樺太）を拠点として大量輸出し、アメリカりんごを封じ去った後の市場制覇によるものである。昭和16年以降は大幅に減少したものの、比較的高い水準で推移していた。

第4表 青森県産りんご輸出の推移（昭和5年～19年） 単位：箱

年別	中国	満州	香港	台湾	朝鮮	南洋	樺太	印度	その他	合計
昭和5年	14,865	2,581	461	704				120		37,733
昭和6年	7,872		885	285				6,870		15,912
昭和7年	13,606			3,804				50,118		67,598
昭和8年	2,480	4,602		1,874	680			49,737		59,273
昭和9年	11,326	5,856		10,457		11,529		76,416		115,584
昭和10年	18,696	2,904		69,000	680	26,451	42,256	109,399	25,800	295,188
昭和11年	30,646	893		2,124		18,585	23,817	94,579	3,065	173,709
昭和12年	2,365			70,000		21,319	46,468	43,190	3,548	186,890
昭和13年	102,612	6,292		75,000	4,186	3,220	51,641	47,492	2,660	293,103
昭和14年	263,934	32,899		73,756	4,636	14,414	68,283	21,413	1,300	480,635
昭和15年	508,554	337,920		230,207	10,000	2,518	139,242	3,405		1,235,221
昭和16年	168,657			252,380			130,629			363,786
昭和17年	217,976	117,412		64,500		7,241	265,429		4,140	731,846
昭和18年	70,003	60,073		119,648			108,973		870	267,428
昭和19年	4,519	73,892		27,509			48,360			126,771

出所）『青森県りんご百年史』784～793ページより作成。元データの出典は昭和5～7年東奥日報記事（昭和8年8月30日）、昭和8～14年は「苹果生産並出荷状況調査書」（昭和15年）、昭和15～19年は青森県農業会資料第10号、青果物配給統計資料などである。

三 海外市場調査報告書の内容分析

明治39年青森港の特別港指定を契機に青森県内の関係者はウラジオや上海、香港、朝鮮、台湾など多くの地域への輸出を活発化させてきたが、リスクの多い海外市場にどう攻めていけばいいのか、海外市場に関する情報収集が緊急課題として認識された。そこで青森県は明治44年公布した県販路拡張費補助規定に従って、海外販路拡大に尽力した皆川藤吉、堀内民次郎、中畑巽の3名に各200円ずつの補助金を与え、それぞれの調査地における販売状況並びに将来取引商況の予測に関する報告書の提出を課した。また藤本徹郎は大正4年に同補助金を利用してウラジオ港におけるりんご及び馬鈴薯商況視察を行った⁹。

以上の県販路拡張費補助金とは別に『青森県りんご百年史』に言及された県内関係者の海外市場視察がいくつかある。たとえば明治41年の宮腰退助のウラジオ調査、昭和9年の木村得次郎のインド調査、昭和14年りんご輸出協会の中国市場調査など（第5表）。

ここで県販路拡張費補助金を得てまとめた4本の調査報告書を中心に、まず明治末期ウラジオ、上海、マニラと香港の4地域における青森りんごの輸入実態について輸入りんごの数量、輸入りんごの特徴、輸入販売チャンネルと荷造の4項目に分けて詳述する¹⁰。次に青森産りんご輸出拡大に

⁹ 藤本徹郎は「浦塩斯徳港と青森りんご 大正四年・商況視察記」というタイトルで東奥日報に寄稿している。

¹⁰ ウラジオに関しては大正時代の内容が含まれる。

第5表 県内りんご関係者の海外市場調査

年別	海外市場調査報告および調査活動
明治41年	宮腰退助「浦塩港と本県りんご」
明治44年	中畑巽「香港市場における林檎状態」 皆川藤吉「上海における苹果について」 堀内民次郎「浦塩・マニラ・香港及び上海市場調査報告書」
大正4年	藤本徹郎「浦塩斯徳港と青森りんご」
昭和9年	木村得次郎が自費で印度視察
昭和14年	青森県りんご輸出協会が海外市場調査団を派遣

出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』と『青森県りんご百年史』より作成。

関する各報告書の提案内容について検討したい。

1 ウラジオ

1) 輸入りんごの数量

日本海に面したウラジオはロシア東部の港都市である。そこに輸入する日本産りんごの数量について次のような情報がある。

・明治42年交通丸の4航海(6月、7月、8月、9月)に輸送された青森りんごはそれぞれ131箱、29箱、577箱、5,387箱、合計6,124箱に上がる¹¹。

・青浦商会工藤孫右衛門ウラジオ支店長の帰国談 明治42～43年春、ウラジオに輸入されたりんごは北海道産75,000箱、青森産35,000箱、北米産55,000箱、合計165,000箱に上がる¹²。

・堀内報告によると、日本産りんごの輸入は明治43年に126,000箱、明治44年(2月～10月)に101,500箱である。北海道産は小樽港、青森県産は青森港と敦賀港、香川県産は敦賀港からの輸出であった(第6表)。

・定期船交通丸に搭載したりんごの数量と金額は明治43年21,916箱、55,040円、明治44年26,623

第6表 ウラジオ港における日本りんごの輸入量(単位:箱)

	明治43年	明治44年(2月～10月)	輸出港
青森県産	67,000	45,500	青森及敦賀
北海道産	57,000	53,900	小樽
香川県産	2,000	2,100	敦賀
合計	126,000	101,500	

注) 1箱は35斤

出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』39～40ページ。

¹¹ 前掲『明治時代における青森りんご海外販売史』8～9ページ。

¹² 同上、9ページ。

箱、77,171円であった¹³。

・藤本の視察記によると、大正3年（1月～12月）ウラジオ港に入港した日本産りんごは北海道産166,816箱、青森県産166,753箱、内地産8,379箱、合計341,948箱であった¹⁴。

・青浦商会の「第三期事業概況」によると、大正7年9月～大正8年6月に「本県及び北海産りんご約4万箱輸出」が行われていた¹⁵。

以上のデータの情報源が異なり、相互に一致しないものも含まれるが、当時ウラジオにおける日本産りんごの輸入はかなりの規模に達していたことが窺われる。

2) 輸入りんごの特徴

堀内報告によると、明治43年と明治44年の2カ年、ウラジオに輸入してきた227,500箱の日本産りんごは合計16品種に数えられ、そのうち、満紅27,300箱、倭錦23,936箱、国光20,680箱、この3品種が全体の約3分の1を占める。また早生種（紅魁）と中生種（中成子、紅絞）、合計15,000箱を除いてすべて晩生種である¹⁶。

柳玉、満紅、国光、祝、鳳鳥卵、玉霞が人気品種とされる。柳玉は人目を引く外観と光沢から贈答用に好適。満紅は甘酸ともに濃厚芳香、貯蔵性もあってロシア人だけでなく、外人の嗜好に合う。国光は貯蔵性に富み、年を越すと酸味が減少、甘みが強くなり、婦女と子供の間に最も愛好され、しかも産地では収獲多量、供給力を持つ。祝は甘酸適和肉質快味にして優良であるが、貯蔵性に欠ける。鳳鳥卵については生産量が少ない。玉霞は北海道産がその大部分を占める。ちなみに中国山東から輸入してくるりんごは早生と中生が主でしかも品質が劣る。「本県の敵とするところは北海道産あるのみ」という¹⁷。

3) 輸入販売チャンネル

日本産りんごは3つのルートから輸入される。1番目は交通丸（小樽を起点にウラジオ～七尾～伏木～新潟～函館～青森の定期船）、2番目は鳳山丸（ウラジオと敦賀の定期船）、いずれも大阪商船の所属である。3番目は敦賀～ウラジオ間を往復するロシアの義勇艦隊汽船である。

藤本報告によると、ウラジオに到着するりんごは青浦商会、北山商店など青森県出身の企業も含まれる日本人の蔬菜果実商店（12社ほど）に販売を委託する。これら問屋業は中国人またはロシア人に卸し、売上高1割の手数料を取得する。売買は普通現金主義だが、数年来取引を重ね双方資

¹³ 同上、11～12ページ。

¹⁴ 同上、67ページ。16万7千箱は「生産量の実に21%にあたった。青森港のりんご輸出金額から推測してこの数字は過大に思われるが大正十年頃まで相当量がコンスタントに輸出されたことは事実である」。『明治大正りんご販売史』202ページ。

¹⁵ 同上、85ページ。

¹⁶ 同上、40～41ページ。

¹⁷ 同上、43～45ページ。

力及び商いの行為に関する信用程度により相当程度の貸し売り契約もある。「浦塩市の需用はその三分の一にして、ほかの三分の二は浦塩より」西方面へ広大な地域に及ぶという¹⁸。

商業は中国人に大半商権を握られ、中国系商人の団結によるボイコットもある。交通丸に積載するりんごが1万箱以内ならば、普通相場に捌かれるが、1万2～3千箱も積載されて入荷すると知るや、一夜の中に結束して不買ボイコットを起こし値下げを狙うことになる。

4) 荷造について

堀内報告では青森県産荷造の欠点として「荷箱材料の薄きこと、箱詰め斤数の正確ならざること、等級に対する品位の正確ならざること」を挙げ、「北海道に比し荷造方法は実に劣等にある」という¹⁹。

明治41年にウラジオで調査した宮腰太助も荷造、とくにりんごを詰める材料に注目している。米国産りんごは一粒ずつ紙包にて洋紙の屑を以て詰め、上流家庭において愛用されるのに対して、日本産は乾燥不十分な鋸屑を入れるため果実の腐敗を促すこと、重量の増加による運賃の上昇をもたらすこと、またそれがもつ臭気によってりんごの香気を失わせることなどの問題を指摘している²⁰。

2 上海

1) 輸入りんごの数量

第7表は皆川報告が上海港に入ってきたりんごをまとめたものである。明治41年にアメリカ産の7,000箱に対して、日本産は1,800箱、それが明治44年になると、米国産の3,500箱に対して、日本産は6,500箱と逆転している。日本産には北海道産が若干含まれるが、青森産がそのほとんどを

第7表 上海港におけるりんごの輸入数量と金額

年度別		日本	米国（豪州含む）	清国	皆川洋行
明治41年	数量	1,800箱	7,000箱	1,000箱	500箱
	金額	7,200 弗	42,000 弗	15,000 弗	
明治42年	数量		7,000箱	1,200箱	1,500箱
	金額	16,000 弗	42,000 弗	18,000 弗	
明治43年	数量	7,500箱	6,000箱	不明	3,500箱
	金額	18,200 弗	24,000 弗		
明治44年	数量	6,500箱	3,500箱	不明	4,700箱
	金額	18,200 弗	15,000 弗		

出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』16と18ページより作成。

¹⁸ 同上、70ページ。なお堀内報告によると、「浦塩における消費は総輸入に対する四分にして、他は哈爾濱方面に移送せらるる」。同上、42ページ。

¹⁹ 同上、44ページ。

²⁰ 同上、5ページ。

占めるという。

皆川洋行の輸入数量は明治42年1,500箱、43年3,500箱、44年4,700箱であった。また皆川が青森県知事に提出した主要物産林檎販路拡張事業報告書によると、皆川洋行の輸入販売数量は大正2年（大正2年10月～3年5月）と3年（大正3年9月～4年5月）はそれぞれ3,875箱と4,860箱で、大正時代になってもその勢いが続いた²¹。

第8表は堀内報告が明治43年と44年における上海市場のりんご輸入状況（数量、金額と1箱当たりの単価）をまとめたものである。皆川報告に比べ、日本産りんごの輸入数量が多く計上されているが、1箱当たりの単価（日米の価格差）について両報告はほぼ一致している。

第8表 上海市場のりんご輸入状況（数量、金額と単価）

	明治43年度		明治44年9月～明治45年3月	
	日本	米豪	日本	米豪
数量（箱）	10,000	6,000	13,000	5,000
価格（円）	35,000	27,000	42,000	25,000
単価（円）	2.50～4.00	4.00～6.00	2.50～4.00	4.00～6.00

出所）『明治時代における青森りんご海外販売史』55ページ。

2) 輸入りんごの特徴

皆川報告では、米国品は色沢、形体、香気は一頭地を抜き、加えて保存力が優れている。それに対して、日本品は「価格低廉なり、甘味多し」一方、「色沢悪し、香気に乏し、形体悪し」である。なお、「清国品は主に早生中生にして」、色沢、形体と食味何れの点において「日本品より劣等である」という²²。

また堀内報告によると、日本より輸出されるものはほとんど青森県産で満紅、倭錦、柳玉、国光の4品種が主力となっている。

3) 輸入販売チャネル

日本産りんごはもともと神戸、横浜等に居住する中国商人の手により輸入してきたが、皆川は明治39年～41年の間、毎年500箱ずつを上海に携行し、直接販売を試みた。

上海は貨物の集散地で、一旦上海へ輸入されたりんごは中国人問屋を経由して上海、漢口、南京、杭州、蘇州、寧波の小売商に売り渡される。ただし、輸入りんごの7～8割は上海において消費され、欧米人が中心だが、中国人による需要も増えている。

²¹ 同上、29ページ。同じ時期に同洋行は香港にそれぞれ675箱、1,200箱を輸出している。

²² 同上、19ページ。

4) 荷造について

「山東品は竹籠を用ひ詰草としては何等使用するなく」のに対して、米国品は「詰草を用ひるなく苹果を並列し一箇宛紙包となす」。箱は「米国松製にして中身は普通四十英斤より四十二、三英斤ありて外側は焼印を捺しレッテルを貼る。而して一々内容の数を明記」する。それに比べ、「日本品中支那人の手を経由し神戸、横浜等より輸入せらるるものは本県普通荷造り方にして包紙なく鋸屑詰なるを以て苹果そのものに一種云ふべからざる臭氣を与ふるを以て需要者の嫌ふこと甚し」。「且つ箱の外側に斤量及数を明記することなきを以て取引上不便あるを免れず」。皆川洋行は「本県採用の普通の林檎箱…の外側には内外の空氣の流通をよくせん為め多くの孔を穿ち苹果は一々紙包とし、詰草としては藁を一寸位に切りたるものを用ひ、中味は四十英斤とし、外側には横文字にて斤量及数を明記す」る形で対応している²³。

3 マニラ

1) 輸入りんごの数量

堀内報告によると、マニラ市場はもともと米国産によって支配されていたが、明治42年産日本りんごの輸入数量はアメリカ産の1万箱に及ばないものの、豪州産の4,500箱に肉薄する水準にあった。その9割が青森産で残りの1割が北海道産であるという（第9表）。

第9表 マニラにおけるりんごの輸入状況（明治42年10月～43年4月）

輸入先	輸入数量	単価	備考
日本産	3,700 箱	3～5 円	9 割が青森産、1 割北海道産 倭錦、満紅、国光、柳玉
米国産	10,000 箱	5～7 円	40 ～ 50 斤、倭錦、ダラン
豪州産	4,500 箱	4.50～6 円	
合計	18,200 箱		

出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』46ページ。

2) 輸入りんごの特徴

輸入される日本産りんごは倭錦、満紅、国光、柳玉の4品種が主力で販売時期が重なる米国産と競合している。米国産は全般的にその「色沢、形状、芳香、風味ともに本邦即ち本県産に秀でる」。ただ個別品種を見ると、満紅は米国産に劣るが、倭錦は遜色ない。国光はもともと米国から導入した品種だが、本国であまり栽培されず、貯蔵性に優れ、良味であるので日本の強みとなっている²⁴。

²³ 同上、21～22ページ。

²⁴ 同上、48～49ページ。

3) 輸入販売チャネル

在マニラ米国人は本国より購買したりんごを中国系商人の卸商に売り込み、あるいは中国系や白人の料理店または小売商に売却するのが普通である。米国産りんごの輸入販売において米国人の輸入業者と中国系商人との間に確実なる信用が確立している。

日本産は中国系または日本商人の手によって取引されるが、その輸入に日がなお浅いため、業者間の協力と信用獲得が不可欠とされる。

4) 荷造について

日本産の荷造に対し、「鋸屑は風味を損する」、「籾殻は光沢を消滅する」という非難がある。また注意点として蒸暑による品質の低下を避けるため、箱内部の空気の流通を図ること、また「摘採を含めて果実を丁寧に扱う」ことが指摘される²⁵。

4 香港

香港市場に輸入されるりんごの種類と特徴、またその荷造についてマニラとほぼ同じなので、ここでは輸入りんごの数量と輸入販売チャネルだけを取り上げる。

1) 輸入りんごの数量

堀口報告によると、明治44年に輸入されたりんご14,000箱のうち、日本産は8,000箱で最多、米国産は4,000箱、清国産は2,000箱であった。日本産8,000箱のうち、6,000箱は青森産である。米国産の単価は5～6.5円に対し、日本産のそれは2.5～4円、清国産は1.5～2.5円となっている(第10表)。

第10表 香港におけるりんごの輸入状況(明治44年)

輸入先	輸入数量	単価	備考
日本産	8,000 箱	2.5～4 円	うち 6,000 箱が青森産
米国産	4,000 箱	5～6.5 円	
清国産	2,000 箱	1.5～2.5 円	
合計	14,000 箱		

出所)『明治時代における青森りんご海外販売史』51～52ページ。

2) 輸入販売チャネル

日本産りんごは主に横浜、神戸および門司より輸出されていた。中畑報告によると、明治43年9月横浜在留清商永泰隆号が「先鞭をつけ輸入しマーケット小売商人に売り渡し市場に現れたるを以て嚆矢とす、爾来同商人の手を経て毎週平均四、五十箱の輸入を見るに至り、本年に入り毎月六、七百箱内外の輸入を算するに至れり」という。

²⁵ 同上、49～50ページ。

輸入商社は免許果実商人七十余人に自己の輸入りんごを委託し、「小売果物商に転売仲継ぎせしめ売上げ金額の幾ら部分を取扱口銭として」支払うが、商権と利益を彼らに掌握させられる²⁶。

四 各報告書におけるりんご輸出拡大の提案内容について

以上4つの調査報告を中心にウラジオ、上海、マニラと香港における日本産りんごの輸入販売の実態について述べてきた。これらの市場において米国産が先行し日本産がそれに追う立場にあること、高級品の米国産、下級品の中国産の間にあって中級品として位置づけられること、また日本産の荷造はりんごの腐敗防止、品質の維持、消費者の信用確保等商品価値を高める米国産の荷造に比べ、問題が多いことが共通点として挙げられる。

それぞれの調査地域におけるりんご輸入の現状を踏まえ、各報告書は日本産りんごの市場拡大策を提案している。次にその提案内容を整理してみたい。

1) 輸出体制

堀内報告は「従来のりんご取引関係を見るに生産品は一旦、東京、横浜、大阪、神戸等の商人に委託販売をなし内地の需に応じ、又は問屋の需に応じ来りしは一般の例にして更に海外に輸出するの状況を見るにマニラ、香港等の果実商は之を神戸、横浜等の商人に注文し、或は在外支那商人に注文して、茲に始めて本邦りんごの外国市場に上るものなり」のように各輸出先の輸入体制を紹介している。そのうえで、「之等生産者、貿易商人、在外商人との関係は頗る煩累多くして取引上敏活を欠きかつその収利の点においても不利」と問題点を指摘した。先行する米国産と競争するには「生産者並に商人とよりなる一大団体若しくは一大組合を組織するにあり、而して輸出先に対する出張店を開設して熱心販売に努めべきなり」とあるように出荷体制の強化を提案している²⁷。

さらに「出張店を設置せんとすれば何れの地を選ぶべきか、…香港は即ちマニラと上海の中間に当り殊に南洋諸国に対する中継地にして、交通の便至大」、しかも関税や植物検疫もなく自由貿易港として商業上の価値が高いため、最適の候補地としている²⁸。

一方、香港に直輸出したりんごを現地の香港日華洋行の藤井支配人に委託して販売を試みた中畑は七十余名の免許果実商人の手を経て供給されている状況を考え、「単に一部の小売商人に独占せしめず七十余名全体に対し取扱はしむるの策に出でざるべからず、而して一面に新聞紙其他の広告手段に依り全小売業者の顧客を迎ふるに便ならしめ常に本品の各種を倉庫に貯へ、緩急突嗟の間に

²⁶ 同上、31～33ページ。

²⁷ 同上、57ページ。明治41年ウラジオを調査した宮腰太助の調査報告では「県監督の下に県下各地の生産者を一団とせる輸出組合を組織し且つ輸出りんごの検査機関を設くること」を提案している。当時ウラジオへ輸出するりんごの検査は函館の税関に依頼する必要があった。同上、5ページ。

²⁸ 同上、57～58ページ。

需要に応ずるの設備するを要す」と提言している²⁹。

2) 市場戦略

各報告は輸出先における日本産りんごの市場戦略について見解を提示している。

皆川報告は「日本品の唯一の武器と頼むべき価格の低廉なるのみにてはまだ世界的たるの要素を具有するものと云ふべからざるなり」。色沢及堅硬の二点を中心に品質の改良を計ることが肝要と強調している³⁰。また「如何なるりんごが上海に歓迎せらるるか」という地元新聞の問いかけに対して、皆川は「上海に向けて輸出するりんごは大玉より中玉が宜しく且つ実の締りがよく糖分に富めるものが最も歓迎され」と答えている³¹。

中畑報告は「林檎の需用者は中流以下の家庭にして中以下には価格低廉ならざるを以て食するものも尠し、販路拡張の要義は社会に最も多数を占める中以下を相手として衆人一般の口に入るべき方法を講ぜざるべからず」と述べている³²。

堀内報告は「本市顧客として白人は其の重なるものにして支那上流社会にも又盛んに歓迎せらる。下流に至りては未だ広く行はれず」。「生産者及び商人等に於て特に勉強して其の販売価格を低廉ならしめ、而して米豪と相戦はざるべからず」。「我が価格低廉なれば従って購買力も大なるを得べきなり、茲に於て始めて輸出額も膨大して声価益々挙り販売不良の憂なきに至るべし」と力説している³³。

以上のように各報告は先行してハイエンド市場を占領している米国産への対抗策として大衆向けに低廉な価格で攻め、市場拡大をはかることに一致している。そして皆川は自身の経験から中玉で硬度と糖度の高いりんごを勧めている。

さらに堀内報告はいま広告の時代で「輸出先市場に対して其の人目を惹かんがため、商標用紙に悉く英字を以て原産地を明示し、而してりんごに関する滋養其の他最良の食料たる一切の美点を掲げて詳しく説明すれば亦販売の良法たるべく、或は店頭に美術的にりんごの大なる額牌を掲げて人の注意を惹くの方法を取るも宜しかるべく」と消費者に対する広告宣伝の重要性を強調し、また領事館に依頼した試食とアンケート調査の実施、生産者や商人への情報フィードバック、そして生食だけでなく、ジャムのような加工品による用途拡大など、現代マーケティング手法の数々にまで言及している³⁴。

²⁹ 同上、32ページ。ただし「この提言は裾物、数量的に過剰と予測される品種の吐け口としての輸出を根本的に変えようというものであるが実効性が少ない」ので、その後も実施されることはなかったという。『青森県りんご百年史』、367ページ。

³⁰ 同上、22ページ。

³¹ 同上、25ページ。明治42年8月12日付東奥日報の記事。

³² 同上、32ページ。

³³ 同上、54～60ページ。

³⁴ 同上、54～60ページ。

3) 荷造

皆川報告は「商品には其の販路上の区分よりせば三種あり、即ち世界的商品国内商品及地方的商品」で、いわゆる世界的商品とは「保存力程度の高低如何即ち運搬能力の貧富による」もので、「荷造の完不完は以て苹果其のものに運搬能力を与ふると否とに重大なる關係を有するは勿論なるのみならず、商取引上信用を維持する上に於て至重なる問題」と分析している³⁵。

堀内報告も果実を完全な形で顧客に届く荷造は「顧客を快ばしめ果実に対する嗜好の情を惹起せしめ、其の信用を高め名声を博するの最良の商法」と捉え、まずは梱包に釘打ちして頑丈な荷造をすること、次は内部に乾燥した詰草を選択すること、最後に箱の外部に個数、斤数、等級、種類を明記することを列挙している³⁶。

五 考察

1 青森りんご産業と輸出

明治初期から導入した西洋りんごは、全国各地で栽培され、やがて北海道と青森県がリードすることになった。明治末期に両者の合計が全国総樹数と収穫高の80～90%を占めていたが、北海道はそれをピークに減少していくのに対して、青森県は逆に拡大し続け、単独で全国半数以上の収量を占めることに至った。

ただし、長期的に増加傾向にあった青森りんごの収穫量は病虫害などの影響もあって生産量の急増急減が繰り返されていた。たとえば明治34年は前年度の5.7万箱から14.5万箱、明治43年は前年度の44.6万箱から131.2万箱、大正11年は前年度の93万箱から252.8万箱、大正15年は前年度の214.3万箱から387.3万箱のように急増する年が頻出した。それが価格低下をもたらし、産地では販売強化と消費拡大が急務とされてきた。

北海道と青森県の2大産地はともに消費地の関東と関西に遠い。最初、貨物船で函館港、小樽港、青森港から横浜港、神戸港まで運ばなければならなかったが、青森～上野間に明治24年(1891年)、弘前～青森間に明治27年に電車が開通し、大量に出荷できるようになり、青森産の優位性が高まったのである。

ところで、りんごは外来のもので、国民の食生活に定着するには時間がかかったため、函館や横浜へ出荷して、そこに居留する欧米人、さらに進んでりんごを常食とする植民地へ、りんごの販売は最初から外国人または海外への輸出を意識せざるを得なかった。

明治42年青浦商会の設立「主意書」に「販路ヲ海外ニ拡張シ確實ナル取引ヲ行ハンカ生産者ノ利益蓋シ大ナル」こと、また「営業目的」に「海外輸出ノ為内地市場ヲ牽制シ其価格ヲ昂騰セシム

³⁵ 同上、20ページ。

³⁶ 同上、58～59ページ。

ル間接利益」³⁷とあるように、海外市場開拓における生産者の利得、国内市場の調整弁的役割が強調されている。ただ輸出の現場には課題山積であった。

2 輸出と商品づくり

名称や容器の統一を図り、また選果を厳格にし、荷造包装を完全にし、斤量と等級標示を正確にすることはりんごの販売の最初にして最も重要な過程である。

多品種のりんごが海外から導入した明治初期において各地で栽培してみたものの、栽培技術がまだ発達せざるが故に剪定、摘果もせずりんごは70、80玉の大玉から220玉の小玉に至るまで大小さまざまで、名称も等級も統一した基準はなく、応用すべき既存の容器、既成の荷造法はなかった。

各地でつけられたりんご名称の統一は明治33年に優良品種56品種を選定し、満紅→紅玉、晩成子→国光、中成子→祝のように土着性が強いものから薄いものへ改めるようになったが、産地ではその定着に時間がかかった³⁸。

また等級の統一は困難を極めていた。園地毎に果色に差がある状態でこれを3段階くらいの単純な格付けをするのでは結局出荷者が不利となる。6段階にもわたる品等区分が勝手に呼称されるのでは出荷者にとっても市場にとって不便であった³⁹。

一方、容器については、はじめは20斤入、30斤入、35斤入のように様々な箱が使われたが、明治29年黒石の奥村新助が40斤箱を創案し、明治43年頃からその使用が一般化した⁴⁰。輸入箱の容積1ブッシェルと一致することから、輸出のことも考慮したものといわれる。

ところで、容器の統一が図られたものの、実際の輸出において荷造、とくに充填物、斤量、縄かけなどに改善を要する問題点が多発した。具体的には密封された船漕での長い航海には腐敗するものが多く、また船積み、陸揚げの過程で箱が破損するものも少なくなかった。また果実間の相接触を防ぐために入れる鋸屑が湿気を呼んで腐敗すること多く、もみ殻の臭気は果実に移って在留欧米人の最も忌むところであった。これらの充填物を「乾燥させるのが大仕事で産地における便宜が市場の要請を超えて強く出荷者に作用した」といわれる⁴¹。

対照的に米国産りんごはその品質と共に包装の完備が価格を高めているものとして香港、上海、マニラ等の東南アジア市場で優越した地位を築いていたのである。「日本の荷造法は不潔で不安全、不便であったから現地人の中流階級以上には入っていけなかった」⁴²。

³⁷ 同上、74、76ページ。

³⁸ 前掲『明治大正りんご販売史』182ページ。

³⁹ 同上、196ページ。

⁴⁰ 同上、187ページ。

⁴¹ 同上、195ページ。

⁴² 同上、205ページ。

3 直接輸出の実践

先行する米国産りんごが輸出先地元商人との間に信用確実にして輸入額も多いのに対して、後発で不利な立場に立たされた日本産りんごの新規参入の仕方は市場によって異なっていた。函館、横浜、神戸にまで運んだりんごは貿易商社経由で海外へ輸出される、いわゆる間接貿易が行われる一方、産地の移出商や生産者は「直接海外販売の有利性」を信じて海外直輸出に手を始めたものもある。

ウラジオがその最初の舞台であった。北海道は地理の便を活かし、早くから定期船を運航し、一歩先行してりんごの対ウラジオ輸出を始めたが、青森～ウラジオの定期航路開設にこぎつけた青森産はやがて北海道産を凌駕することになった。その中心的役割を果たしたのは堀内商店と青浦商会であった。

堀内商店の経営者堀内彦次郎はウラジオ輸出の可能性に賭けてウラジオ出張店を開設し、長男喜代治を駐在させた輸出の先駆者である。次男の民次郎も「青年の頃、父を助け兄と協力露領ウラジオストック港への輸出には大いに活躍した」。明治44年県の委嘱を受けてウラジオ、マニラ、香港、上海と173日の長期にわたり海外市場を調査し、輸出拡大に関わる提案は「創見」にあたるものが含まれる⁴³。

青浦商会は堀内商店のようにりんごの移出を専門とする家族企業と異なり、りんごを主に玉葱と馬鈴薯の輸出、また大豆などの輸入を行う貿易商社として設立され、ウラジオだけではなく、シベリア、中国東北まで地理的範囲を広げ、商機を求めている。大正十年頃青森県りんご輸出量の過半を占めていたという。

ともあれ、堀内商店と青浦商会はいわゆる直接貿易という形態を採用し、りんごの輸出を行っていた。青森港からウラジオまで定期船が運航されたこと、既存の貿易商社がなかったことが影響したと考えられる。

一方、上海への輸出は最初横浜、神戸の中国系商人によって始められ、いわゆる間接貿易の形態が採用されていた。それに挑む形で皆川藤吉は上海市場への直接輸出を敢行した。最初は「日本品は買わぬ」という状況に遭遇したが、局面打開のため、当地に滞留、「日夜奔走し或いは同郷の人々にはかり、或は向き向きの人々を訪ねて意見を問ひあらゆる手段を講じた」⁴⁴皆川の「超人的」努力の結果、皆川洋行が設置し、前後7カ年にわたり、上海における日本りんごの大半を扱うことに至った。

4 直接輸出のコストとリスク

りんごの輸出には産地集荷、荷造、配送、輸出検査、貨物船手配、船積、荷下ろし、通関手続き、入庫、販売、集金という一連の業務がある。

産地出荷業者にとって間接輸出は港渡で取引が終わるため、為替の変動、悪天候による海難事故、

⁴³ 前掲『明治時代における青森りんご海外販売史』、38ページ。『青森県りんご百年史』、367ページ。

⁴⁴ 同上、29ページ。

代金回収などのリスクは負わなくて済むが、その代わりに貿易商社に仲介のコミッションを支払われることになる。

一方、産地にとって間接貿易では海外市場の情報はストレートな形で入らず、情報伝達のスピードも遅く、しかも途中で歪められる可能性がある。そして東南アジア市場において日本産が安値で取引され、「それは横浜、神戸等の貿易商が産地移出商から買ったものをそのまま輸出して、品質のおちたものが市場に出廻ることによって信用を失った結果でもあるが倭錦、満紅、国光、柳玉等の梔物を主として輸出したのであるから当然の報いであった」⁴⁵。つまりこれら商社は日本産りんごイメージを向上させるインセンティブに欠けることが示唆される。

ただし横浜や神戸の貿易商社はさまざまな商品の輸出入の両方を行う一般商社なので、貿易の業務（通関手続き、船予約、保険、為替、決済）に習熟するだけでなく、りんごを専門とする商社よりもリスクの分散による経営安定の体制を取っている。また中国系の商社は輸入先の情報を把握し、代金回収にも強みがある。

それに対して、産地の移出商などが産地のりんごを仕入れて海外へ売り込みをする直接輸出では、青浦商会のように交通丸に積んだりんごをウラジオの日本青果商に卸して終わる場合もあれば、中畑のように香港にある日本の青果商に委託して販売してもらい、あるいは皆川のように上海まで持参して自ら現地で販売することもある。

直接輸出であれば、仲介商社の手数料は省き、また売り先の情報がストレートに入り、産地がそれに対応する、いわゆるマーケットインのアプローチがとりやすくなることが考えられる。皆川商店のように「上海に店舗を常置することによって常に商機を察知し、且つ輸出の度毎に要する渡航経費の節約」、また現地の小売情報に基づく「市況研究」や「荷造改善」に加え、現地マーケティングやプロモーションの実施、また現地で得た市場情報をダイレクトに産地へのフィードバック、出荷協力を求めるなど、流通末端と産地をつなぐ役割を果たそうとした⁴⁶。

反面、それは産地がりんご輸出業務のリスクを負うことを意味するのである。「浦塩へ輸出するりんご」(大正4年12月24日付東奥日報)において青浦商会の北山一郎社長は次のように述べている。「兎に角生品を浦塩市場に出す迄は並大抵の苦心骨折りではない。それは浦塩に出しさえすれば百玉40斤入1箱3円にはなるし可成りの儲けのあるものの如く見ゆるけれどそんな単純な考えを持たれると吾々はやり切れぬ」⁴⁷。

また中畑は香港にりんごを直接輸出する際の諸コストとリスクについて「香港売価の安きとき銀貨取引より生ずる為替の損差、香港に於ける倉庫の賃借料と倉番人給料、貯蔵中発生する腐敗の損

⁴⁵ 前掲、『明治大正りんご販売史』204ページ。

⁴⁶ 皆川は「2～3車分を無料で配り大宣伝を行った」。「目前の採算を度外視し将来に大きな地歩を築かんとした」。「帰国してはりんご生産者を訪ね、海外市場の嗜好需給関係を詳細に伝えた」。前掲『明治時代における青森りんご海外販売史』、24～27ページ。

⁴⁷ 同上、81～82ページ。具体的には問屋の手数料、船賃、為替差額、それに関税を加えると、百玉40斤入1箱3円では「利益の多いものではなかった」という。

害、広告費、薄資小売商人相手なるを以て掛け売り不安より生ずる危険、其他販売に要する人員雑費等」を列举し、「危険を予め覚悟せざるべからず」と嘆いている⁴⁸。

さらに輸出先の政治経済の動乱の影響、いわゆるカントリーリスクとなると、個々の会社がコントロールできる範囲を超えてしまう。皆川洋行は皆川藤吉が大正3年1月に73歳で逝去したあと、息子の健吉が引き続き上海に駐在し、りんごの輸入を行ったが、日貨排斥の烽火に抗しがたく閉鎖してしまった。一方、ルーブルの下落による為替差損に遭遇した青浦商会は輸入の増加によってカバーするなど努力したが、ロシア革命に翻弄され、大正末に廃業せざるを得なかった。

このように「移出業者の先覚者は苦心惨憺、時には全財を捨てて販路の開拓に努力した」⁴⁹のは大正末期までで、それ以降は神戸、横浜の貿易商社を経由する間接貿易が主流となっていった。「横浜、大阪、神戸等ヨリ発送シ直接ノ輸出ハ極メテ少ナク昭和十年度ニ於テ僅ニ四%一万箱余ニ過キス、其ノ原因ハ直接取引施設ノ欠如ト仕向先ノ取引事情不案内ニ依ルモノニシテ有利ナルヲ知リツツモ進ンテ出荷ヲ為シ得サル現況」である⁵⁰。

六 まとめ

戦前りんごの生産が増え続け、全国生産量の半分を占めるようになった青森では市場開拓・消費拡大と流通チャネルの構築が常に課題とされてきた。とくに生産量が急増した年に販売強化の緊急性が叫ばれ、海外輸出は北ではウラジオ、南では上海、香港、マニラなどの市場を重点に据えていた。

ウラジオ向けは青森港～ウラジオ港の定期船開設で、青森の果物商による直輸出がメインであったが、上海、香港、マニラ向けは横浜や神戸の商社を経由して間接輸出が行われていた。それを打破するために果物商の皆川藤吉は上海への直輸出を敢行し、一時期大きな実績を残したが、長続きせず、横浜や神戸の商社による間接輸出が主流となっていた⁵¹。

ところで、海外の消費者にりんごを買ってもらうには消費者の好みに合わせて商品を提供するマーケットインのアプローチと、産地にあるものを、自分たちの都合で供給するプロダクトアウトのアプローチがあるといわれる。前者の場合、輸出先のニーズに合わせてりんごの品種・サイズ・等級の選択とパッケージを行う必要がある。一方、後者の場合、産地の都合、たとえば、りんごの生産過剰から国内価格が低迷するときに輸出を国内市場の需給調整として期待されるため、国内市場向けの商品と荷造、包装をそのまま提供するのである。

⁴⁸ 同上、32ページ。

⁴⁹ 同上、1ページ。

⁵⁰ 「青森県苹果振興委員会経過報告」昭和12年11月、35ページ。ここでいう施設不備とは「即チ南洋航路船舶ノ寄港セサルト植物検査所ノ設備ナク」ことである。

⁵¹ それでも産地ではりんごの直輸出を主張する人は絶えなかった。たとえば昭和7年インドを調査した木村得次郎は「神戸の商人の手を離れて直取引、直輸出すべき時代である」としている。『青森県りんご百年史』786ページ。

戦前のりんご輸出はプロダクトアウトの傾向が強かったと考えられる。一部直接輸出を行った産地の事業者は輸出先の消費動向に合わせて輸出入りんごの品種・サイズ・等級などに関する提案を行い、取り組んだものの、大きな成果を挙げることはできず、産地の都合を優先する形での輸出活動が進められていたのである。

なお、間接貿易中心の体制への移行を迎えた産地は貿易会社との取引交渉力の強化が次の課題となった。たとえば貿易商社からの注文を受け入れる産地同一の出荷組織（窓口）の設置、貿易情報の収集や貿易商社との調整を担う国内出張所、または県物産の宣伝と斡旋業務を行う海外出張所の設立、また青森港の活用、植物検疫手続きの誘致など。その流れは戦後にも引き継がれていった⁵²。

⁵² 黄孝春「増産期青森りんごにおける共同販売の実態」弘前人文社会科学部『人文社会科学論叢』創刊号、2016年8月。