

戦後青森県産りんごにおける輸出構造の 形成とその要因について

黄 孝春^{*1}・成田拓未^{*2}・Carpenter Victor Lee^{*3}

要旨：

戦後青森県産りんごの輸出数量の推移は第1次上昇期（1949－71年）、輸出不振期（1972－91年）と第2次上昇期（1992年以降）という三つの時期に分けられる。その輸出構造に次のような特徴が観察できる。

第1に東南アジア方面が一貫して主要な輸出先になっている。また時期によって輸出国と地域の比重が大きく変わることがあった。

第2に主要輸出品種は国光からスターキング、そして世界一、むつ、ふじに交替し、品種の高級化現象がみられる。

第3に産地出荷業者はりんごの輸出業務を輸出商社に任せ、輸出向け出荷業務に徹している。

このような諸特徴は主として日本りんご産業の国内生産流通条件によって規定されている。すなわち日本のりんご産業は専ら国内市場へ供給することを目的として形成されている。国内価格の騰落は出荷りんごの95%以上が国内市場に向けられる生産者と販売業者にとって死活問題である。輸出活動はその体制を補完するものとして位置づけられるため、りんごの国内生産と流通状況に制約される側面が強い。国内価格が低いとき、相場維持に輸出と加工の拡大が強調され、国内相場の調整弁として期待される輸出の役割は業界の一般認識となっている。

キーワード：りんご輸出、青森県産りんごの輸出構造、東南アジア方面向けりんご輸出割当制、農産物輸出

The export structure of Aomori apples since the end of World War II

Huang xiao chun , Takumi Narita , Carpenter Victor Lee

This paper explores the history of apple exports from Aomori Prefecture after World War II, focusing on changes in the structure of the apple export sector. Although the main destinations and the varieties of apples exported have varied over time, the ratio of exports to total apple production has generally stayed within the four to five percent range, even though apples are Japan's largest fresh fruit export item. These apple exports are considered to be a major tool in maintaining domestic prices, especially in times of economic downturn when domestic demand is

*1 黄 孝春 こうこうしゅん Huang Xiao Chun 弘前大学地域社会研究科地域産業講座教授
弘前市文京町1番地 弘前大学人文学部 0172-39-3287 huang@cc.hirosaki-u.ac.jp

*2 成田拓未 なりたたくみ Narita Takumi 弘前大学特別研究員
弘前市文京町3番地 弘前大学農学生命科学部 0172-39-3828 ringo1978@gmail.com

*3 Carpenter Victor Lee 弘前大学人文学部教授
弘前市文京町1番地 弘前大学人文学部 0172-39-3246 viccarpe@cc.hirosaki-u.ac.jp

decreasing and prices are dropping. In short, the export of Aomori apples has not yet been explored as an independent marketing strategy, but simply as an extension of the domestic market.

Keywords : Aomori apple, apple exports, export structure

I はじめに

りんごはいま日本の果物輸出金額の約65%（2009年産実績）を占め、農産物輸出のチャンピオンとして注目されている。その9割以上は青森県産である。

青森県産りんごはとくに輸出の条件に恵まれたわけではなく、むしろ輸送コストの面で不利である。その輸出の歴史は戦前にまでさかのぼることができるが、戦後に限ってみても、1949年の輸出再開からすでに60年の歳月が経過している。この期間は敗戦からの復興、高度成長、そしてバブル経済の形成と崩壊の戦後史と重なり、りんご産業自身とそれをめぐる経営環境が激変してきた。加えて輸出先の経済状況などの凄まじい変化もあって、りんご輸出は幾度の苦難を乗り越えなければならなかった。

戦後青森県産りんごの輸出はどのような道のを辿ってきたのか、またりんご産業における輸出の位置づけと役割、そしてこれからどうなっていくのか。その答えを見出すには青森県産りんご輸出の戦後史を時系列的に考察するのはもちろんのこと、産地と輸出先、それを仲介する輸出商社、またライバル輸出国との相互関係について総合的に検討することが不可欠である。残念ながら、これまでのところ、この問いに対する学術的研究は意外にも少なく、問題の解明がなお待たれている¹。

上述の設問に答えるための準備作業を行うのがこの論文の目的である。まず戦後青森県産りんごの輸出地域と輸出品種の変遷について時系列的に整理し、その全容を明らかにする。次に主要輸出先である東南アジア方面向けに導入されたりんご輸出割当制度について概観した後、香港・フィリピンと台湾における日本産りんごの輸入販売の実態を考察する。そして青森県産りんごの輸出構造を規定する産地の生産流通条件を明らかにするとともに、りんご輸出の位置づけと、輸出が果たした役割などについて検討したい。最後に結論を述べ、今後の研究課題を展望する。

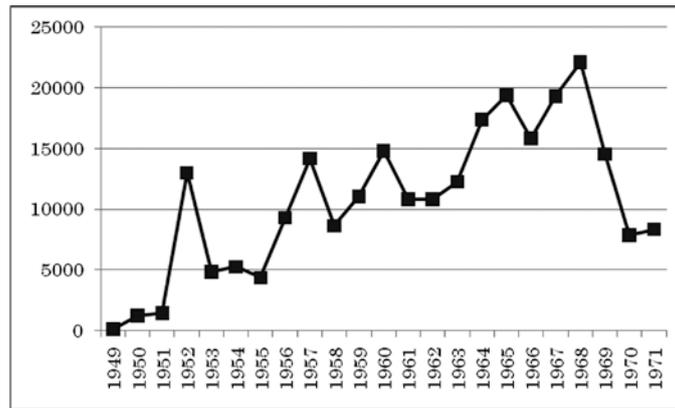
II 青森県産りんごの輸出構造とその変化

1 青森県産りんご輸出数量の推移

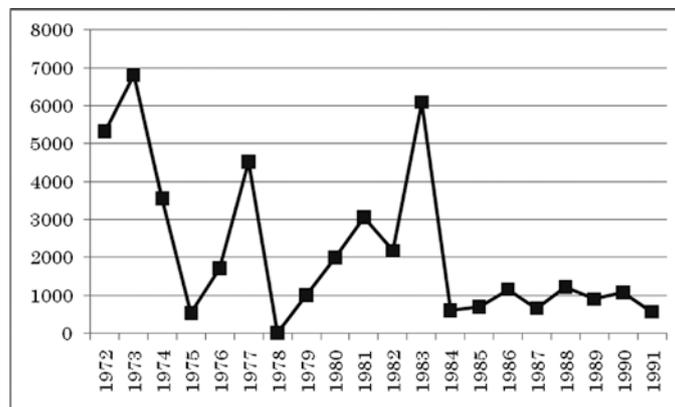
図1が示すように戦後青森県産りんご輸出の歴史は数量でみた場合、第1次上昇期(1949-71年)、低迷期(1972-91年)と第2次上昇期(1992年以降)という三つの時期に分けられる。第1次上昇期は1960年代後半に全盛時代を迎え、1968年産輸出量は2万2千トンに達した。しかし、1970年代前半から輸出の落ち込みが大きく、年1,000トン程度の期間が長く続いた。第2次上昇期は1990年代初期に始まり、2001年以降加速し、2007年産の輸出量は2万3千トンを超え、戦後最高となった。いまなお第2次上昇期の途中にあり、今後の推移が注目される。

図1 戦後青森県産りんご輸出数量の推移 単位：トン

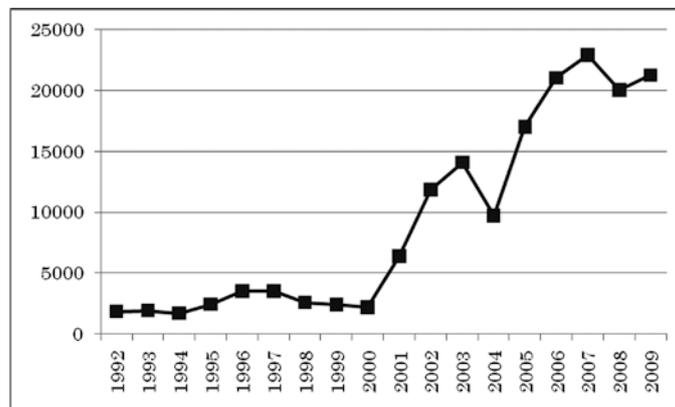
1. 第1次上昇期



2. 低迷期



3. 第2次上昇期



出所) 青森県各種統計資料より作成。

2 りんご輸出の地域別構成

ところで、青森県産りんごはいったいどこに輸出されていったのか。

表1が示すように、第1次上昇期において主な輸出先は香港、台湾、フィリピン、ベトナムとシンガポールなど東南アジア方面の国と地域であった。

表1 国・地域別りんご輸出数量の推移 単位：トン

1. 1949年－1971年

	合計	香港	台湾	フィリピン	ベトナム	シンガポール	沖縄	ソ連	その他
1949	108	108							
1950	1,201	1,065	136						
1951	1,431	729	16	5	74		34		573
1952	12,999	8,531	267	27	27	132	449		3,566
1953	4,831	3,497		151	4	50	222		907
1954	5,245	4,526		253		17	217		232
1955	4,360	3,041	181	193	51	356	101		437
1956	9,303	4,209	265	974		1,481	1,212		1,162
1957	14,165	4,054	2,501	1,538		1,219	3,131		1,722
1958	8,635	3,208	682	415	522	942	2,501		365
1959	11,027	5,604	1,376	766	74	1,346	1,601		260
1960	14,787	7,623	628	3,072	249	550	2,285		380
1961	10,803	4,944	965	1,187	89	1,174	2,346		98
1962	10,802	4,501	218	2,673	33	834	2,528		15
1963	12,242	3,850	12	4,592	56	410	2,433	766	123
1964	17,406	2,780	608	8,494	131	125	3,010	2,258	0
1965	19,383	1,425	1,396	9,429	233	63	3,290	3,536	11
1966	15,857	1,560	3,137	5,935	199	124	3,058	1,844	0
1967	19,290	2,936	3,809	6,945	530	252	3,154	1,546	118
1968	22,118	2,487	3,768	10,281	1,467	118	2,497	1,500	0
1969	14,546	922	3,460	2,026	1,498	95	4,032	2,513	0
1970	7,855	499	3,538		940	24	2,798		56
1971	8,334	1,123	3,846			12	2,673	500	180

2. 1971年－1985年

	合計	香港	台湾	フィリピン	ソ連	ヨーロッパ	中近東	シンガポール	その他
1972	5,323	127	510	519	2,277	1,808			82
1973	6,806	66	3,060	771	1,800	954			155
1974	3,557	13	1,530	1,456		450			108
1975	532	6	425			33			68
1976	1,713	4	855			848			6
1977	4,530	191	907		2,000	1,404			28
1978	4								4
1979	1,003		684				288		31
1980	1,996	14					1,890		92
1981	3,062	52	400				2,583		27
1982	2,176	65	400				1,418		293
1983	6,095	1,233	400				3,379	935	148
1984	594	25	400					83	86
1985	700	76	400					62	162

3. 1986年－2009年

	合計	台湾	香港	タイ	シンガポール	フィリピン	インドネシア	中国
1986	1,155	800	85	96	150			
1987	657	400	37	112	88			
1988	1,209	400	226	150	79	338		
1989	898	400	186	124	134	28		
1990	1,074	400	150	217	146	121		
1991	563	400	42	249	45	17		
1992	1,833	400	536	519	71	246		
1993	1,910	400	518	636	91	188		
1994	1,678	400	242	778	86	7	139	
1995	2,421	600	333	968	205	24	189	
1996	3,483	1,220	389	1,024	402	61	298	
1997	3,499	1,712	801	345	271	14	48	
1998	2,564	1,756	377	224	59	9	13	
1999	2,380	1,725	214	198	97	12	44	
2000	2,160	1,549	239	210	36	5	46	
2001	6,393	5,522	360	164	111	1	47	
2002	11,845	11,213	233	207	27	12	62	
2003	14,092	13,495	190	185	37	5	68	10
2004	9,694	9,113	189	138	29	5	27	104
2005	17,009	16,275	293	187	48	6	43	77
2006	21,058	20,086	378	190	50	9	53	177
2007	22,947	21,490	532	241	69	9	69	365
2008	20,029	18,448	770	271	65	8	60	247
2009	21,273	19,480	1,016	272	83	10	63	230

出所) 青森県各種統計資料より作成。

最初は香港向けが最も多く、最多の8,531トンの輸出記録をつくったのが、1952年のことであった。

次に香港にかわって最大の輸出先となったのはフィリピンで、最盛期の1968年に全国輸出実績の半数近くを占める10,281トンが同国に向けられた。しかしそれは翌年に2,061トン、70年にゼロと激減した。

一方、急減したフィリピンにかわって首位に躍り出たのは台湾市場であった。台湾への輸出数量は最初一定しなかったが、1966年から年間3,000トンを超える水準で安定的に推移していた。

そのほかに、ベトナムとシンガポール向けは早くから取り組まれたが、その輸出数量は香港などに比べ、相対的に少ない。ベトナムへの輸出は1971年、シンガポールへの輸出は1972年から中断している。

なお、この時期に東南アジア方面以外に輸出したのはソ連だけであった。同国への輸出は1963年より開始され、以降実績のない年も含めて15年間続けられたが、ソ連産ニシンのバスター取引であった²。

このように第1次上昇期において輸出先は東南アジア方面に集中し、特定の国と地域が輸出の半数を超える年もあったものの、比較的バランスのある構成であった。

ところで、輸出低迷期は1972年から約20年間続き、最悪の1978年はほとんど実績ゼロであった。この間に何とか継続的に輸出できたのは台湾と香港だけで、フィリピン向けは72-74年の3年間いったん復活したものの、再び中断を余儀なくされた。

このような低迷状況を打開するために取り組んだのはヨーロッパと中近東など新規市場の開拓であった。1983年に輸出量が6,000トンを超えたのは中近東向け3,379トンが大きく寄与している。ただこれには輸送費の公的補助があったといわれるので、通常のビジネスとはいえない。結局、いずれも、輸送コスト高の理由で6-7年続いた末に放棄せざるを得なかった。

一方、1980年代中ころから、新しい動きが見られるようになった。シンガポール、タイ、フィリピンなど東南アジア市場への輸出再開である。それが確かな傾向として定着し、第2次上昇期を迎えるようになったのは1992年以降のことである。95年までは香港、タイ、シンガポール向けの貢献度が大きかったが、96年からは台湾市場の重要度が際立ち、2001年以降、90%以上という圧倒的な市場シェアを持つようになってきている。

ともあれ、この時期は東南アジア市場への復帰ともいべき動きが現出し、それはこの地域こそ今後輸出拡大をはかる青森県産りんごにとって最も重要な海外市場であることを示唆している。

3 輸出入りんごの品種別構成

次に青森県産輸出入りんごの品種構成及びその変化をみてみよう。

表2が示すように1970年頃までの輸出品種は国光、デリス³、紅玉と印度の4つであったが、国光とデリスがその大半を占めていた。1967年産まで国光が筆頭であったが、翌年にデリスに逆転された。デリスは主力輸出品種の地位を1983年まで維持していた。ちなみに紅玉と印度は1970年頃から輸出量の減少が目立ち、75年産から完全になくなっている。一方の国光は、1977年産が最後の輸出となった。

表2 品種別輸出数量の推移 単位：箱

1. 1949年－1977年

	合計	国光	デリス	紅玉	印度	ふじ
1949	5,414		5,414			
1950	74,516	45,384	22,216	4,909	607	
1951	79,490	64,297	4,046	2,377	1,300	
1952	722,142	433,601	54,593	134,568	82,509	132
1953	268,383	132,348	66,766	30,157	31,189	
1954	291,365	132,297	88,092	18,551	37,728	
1955	242,239	143,613	33,397	31,033	28,797	
1956	516,824	350,566	78,984	31,262	49,065	
1957	786,949	463,320	135,597	78,131	103,331	1,219
1958	479,716	197,982	164,269	22,517	92,498	
1959	598,492	400,128	117,928	7,228	68,061	
1960	801,373	478,700	235,634	13,728	73,311	
1961	594,961	394,649	119,386	43,333	36,743	
1962	599,749	371,360	180,489	26,785	20,855	
1963	673,269	394,209	231,688	22,151	18,095	
1964	966,987	725,010	187,001	34,944	12,612	
1965	1,076,848	797,624	178,349	72,238	19,895	
1966	880,944	449,763	311,394	97,828	15,996	
1967	1,071,663	536,496	424,448	43,085	32,123	
1968	1,228,805	567,059	570,338	39,402	45,891	
1969	862,618	337,365	470,833	34,247	19,660	
1970	475,245	109,215	348,015	16,972	1,025	
1971	509,666	63,192	433,716	12,155	405	
1972	298,797	253,990	44,576	220		
1973	388,107	163,585	222,943	14	711	809
1974	203,436	99,128	103,650	138	510	2
1975	31,480	1,003	30,341			91
1976	98,026	18,800	78,976			170
1977	253,179	121,211	111,489		60	20,226

2. 1978年－1995年

	合計	デリ系	ふじ	世界一	陸奥	王林	金星	その他
1978	4	3			1			
1979	1,003	586	376		2			39
1980	1,996	1,904	91					
1981	3,062	2,629	407					
1982	2,176	1,567	418	174				
1983	6,059	5,322	568	151				54
1984	594	51	419	100				24
1985	700	174	426	64				36
1986	1,155	78	957	69				51
1987	657	7	492	59				99
1988	1,209	371	216	331	214	73		4
1989	898	29	190	346	241	79		13
1990	1,074	116	214	344	267	43	87	3
1991	563	16	63	148	138	56	127	15
1992	1,833	381	196	608	356	64	202	29
1993	1,910		155	732	432	97	246	248
1994	1,678		79	477	640	168	279	35
1995	2,421		118	660	1,039	166	373	65

注) 1949年-77年までの数字は箱を単位としている。1箱18kgが普通であるが、品種によって異なる場合もある。
 なお、青森県の統計は1970年代後半を境に箱からトンに変更している。

出所) 青森県各種統計資料より作成。

このように上述4品種の後退が相次ぐ中、次に新しい輸出品種として登場したのはふじである(1973年)。それに続いてむつ(1978年)、世界一(1982年)、王林(1988年)、金星(1990年)の輸出が相次いで開始された(カッコ内は輸出が行われた最初の年とされる)。

ふじはデリ系の輸出が低下した時に一時主力になる時期もあったが、それほど伸びず、かわって世界一、むつ、金星が主力輸出品種として定着していくのであった。

なお、1996年からりんご輸出検査方式の変更により、輸出品種のデータが利用できなくなった。それを補うために県内大手の出荷業者に対して青森県が行ったアンケート調査によると、2001年以降、ふじ、とくにサンふじの台湾向けが大幅に増加し、最大の輸出品種となっている。

4 輸出先別にみるりんごの品種と等級

以上、青森県産りんごの輸出先と輸出品種の推移について別々に述べてきたが、輸出先によって輸出品種が異なる場合がある。表3は第一次上昇期に輸出数量が最も多かった1968年の状況を示している。大雑把にみると、フィリピンとソ連は国光、台湾、香港、シンガポールはデリ系を中心に輸入している。一般的には国光は小玉が多く、食味が劣るのに対して、デリ系はサイズが大きく、香味が優れて濃厚であることから高級品種というイメージがあったので、両者の価格差が大きい。また、同じ品種でも商品の等級によって価格の差が大きい。概してフィリピンに輸出するデリ系の価格が相対的に安く、逆に台湾などに輸出する国光の価格が相対的に高い。

表3 輸出先における品種別りんごの輸出数量（1968年） 単位：箱

	合計	国光	デリ系	印度	紅玉	その他
フィリピン	571,189	369,673	167,540	5,158	23,218	5,600
台湾	209,354	35,019	172,328	2,007	0	0
香港	138,149	21,934	108,271	1,500	5,929	515
ソ連	83,332	83,332	0	0	0	0
ベトナム	81,511	19,618	27,001	34,192	700	0
シンガポール	6,562	0	3,528	3,034	0	0

出所) 青森県りんご輸出共同販売協同組合「昭和43年度事業報告書」より作成。

たとえば1968年産台湾向けスターキングは1箱1,681円であったのに対して、フィリピン向けのそれは1,321円、台湾向け国光は1箱1,116円であったのに対して、フィリピン向けのそれは630円であった。総じて台湾向けに高級品種と上位等級のりんごが輸出されていたとみられる。ちなみに73年に初めて輸出に登場したふじは台湾向けであった⁴。

なお、新市場の開拓で1970年代に取り組んだ北欧と中近東向けのりんごはほとんどスターキングであった。

ところが、1980年代後半から世界一、むつ、金星などのようなサイズが大きく、外観がきれいな高級りんごが台湾をはじめとする東南アジア方面に輸出され始めた。主として華人系富裕層の旧正月贈答需要を満たすためであった。その傾向はいまでも続いている。中国大陸の場合、輸入品の80%以上が世界一で、しかもその玉サイズが大きいほど人気があるという。それに対して台湾市場はいまもなお贈答需要があるものの、一般家庭消費用サンふじの輸入が主流となっている。

Ⅲ 東南アジア方面向けりんご輸出割当制

以上述べたように、戦後青森県産りんごの輸出は東南アジア方面向けが圧倒的に多かった。その東南アジア方面のりんご輸出に長く適用されていた輸出割当制が産地の輸出体制の形成に多大の影響を及ぼした。

戦後初期の日本は輸出促進による外貨獲得が至上命題で、農林水産物の輸出も奨励された。ただ、農林水産物はその生産から輸出まで複雑多岐にわたり、取扱者も不特定多数で、過当競争に陥りやすい。不特定多数の生産者により、しかも広範囲の地域にわたり生産が行われている農林水産物にあつては共同集荷ないし共同販売の体制が確立されないと、どうしても価格の安定、品質の均一化、数量の確保といった輸出取引の主要条件が不安定にならざるを得ない。結局、生産過剰→輸出過当競争→海外市場混乱・価格下落→日本品に対する不信感→市場喪失という結果を招きかねない。

これらの弊害を避け、有効な輸出を行うために、国内需給等の見地から、生産段階では「中小企業団体の組織に関する法律」、輸出段階では「輸出入取引法」「輸出貿易管理令」等の法令を中心にそれぞれの品目の実態に応じて種々の調整措置が取られることになった。

日本の主要果物の一つであるりんごは1949年民間貿易の再開と同時に輸出が行われた。さまざまな経緯から神戸の貿易商社がその輸出業務を担当していた。全国レベルで日本農産物輸出組合青果部会（りんご部会）という団体が設置され、前述の貿易商社がそのコアメンバーとなった。主産地の青森県で1952年に成立した青森県りんご輸出協会がその正式メンバーに加わっている。

日本農産物輸出組合は1958年10月に輸出入取引法による遵守事項を定め、りんごの輸出数量、輸出価格についての規制、すなわち組合協定を設定した。

その理由として、「主要市場の香港以外の台湾、フィリッピン等における輸入制限緩和、ヴェトナム

ムその他の需要増加の傾向等からして輸出の過当競争を排除し、計画出荷体制の確立に寄与しながら輸出取引秩序の確立をはかるため」⁵としている。

また輸出数量、価格ともアウトサイダーに対してもその効力を及ぼさなければ、輸出取引秩序の確立が困難であるので、58年12月から輸出数量および輸出価格について、輸出入取引法第28条第2項に基づく員外者規制命令が発動され、輸出に際しては通商産業大臣の承認を要することとなった。

この輸出承認命令（輸出数量）が東南アジアを中心とする仕向け地に輸出するりんごの割当制度である⁶。以下、その具体的な割当方法について1960年の事例、その運営実態について1967年の事例を用いて説明したい。

まず割当方法について。「割当方法 ①28.4.1～33.3.31までの5カ年中任意の3カ年と、33.4.1～35.3.31間の当該仕向地向け輸出実績（数量50%、金額50%）に応じ按分割当。②割当数量の15%を組合に拠出し保留枠とする。③保留枠は割当枠を完遂しなお輸出契約のあるもの、輸出契約のある無実績者にたいし1組合員1万箱を限度とし、1回の割当数量一船毎に2千箱を限度として割当てる」⁷。

このようにりんご輸出割当は過去3カ年の輸出実績に基づき行われること、割当枠を補足する形で保留枠が設けられていることが基本となっている。

次にその運用実態について。1967年に107万箱のりんご総輸出枠が58社に割り当てられているが、神戸の5商社（神戸洋行、関西貿易、山本貿易、富永貿易、神果貿易）が割当枠の80%以上を占めていた。青森県内では永井商会と青森県りんご輸出協会に合計3万箱程度の枠が与えられている。実績のない業者も輸出できるように自由枠（保留枠）が設けられているが、それは3万箱に過ぎず、しかも一業者が輸出承認される数量は3千箱が限度という⁸。

その輸出割当枠を与えられた企業が産地の出荷業者と交渉してりんごを集荷し、輸出を行うが、割当枠のない組織と個人は直接輸出できないことになっている。この制度によって商社の新規参入が制限されたため、商社間の過当競争は防止された。一方、実績のない企業の新規参入が事実上不可能となり、貿易商社を経由して海外へ輸出する体制がこれによって固定されたといつてよい。産地側から見れば、青森県は海外向けのりんご生産と集荷を独占しながら、輸出の枠をほとんど持たない。輸出枠を持つ商社は数多くの産地出荷業者（商系と呼ばれるりんご商人が中心）を相手に集荷の発注を行うため、その条件交渉において有利であった。極端な場合、神戸の貿易商社は自分名義の輸出枠を貸すだけで手数料（1箱20セント、約72円）を稼ぐことができたという。

その不利な状況を打開するために、産地側は政府に対して産地に直接輸出枠を与えることを要求する一方、輸出商社との交渉力を強化するために1967年に青森県りんご輸出共同販売協同組合を立ち上げ、輸出向けりんごの産地における出荷窓口の一本化をはかろうとした。

なお、このりんご輸出割当制がようやく廃止されたのは1973年のことであった。

IV 東南アジア方面における青森県産りんごの輸入実態

既述のように1960年から1980年代にかけてソ連、北欧、中近東への輸出が試みられたものの、長続きはしなかった。戦後一貫して青森県産りんごの主要輸出市場となったのは東南アジア方面の国と地域であった。ただ一口に東南アジア方面と言っても国と地域によって事情が異なり、青森県産りんごの輸入実態も一様ではなかった。

この節では輸入実績の多かった香港、フィリピンと台湾に焦点を当て、その輸入実態を明らかにしたい⁹。

1 香港

戦後日本りんごの最初の輸出市場は香港であった。中国系住民が多く、自由貿易港で関税なしで

んごを自由に輸入できる香港では、大陸における共産党政権の樹立に伴い、難民増で食料品に対する消費需要が高まった。青森県産りんごは香港市場に向けて1950年に1,065トン、51年に729トン、そして52年に一気に8,531トンと戦後最高の輸出実績を記録した。その背景には戦後直後のりんご景気が終焉し、52年は国内生産量が前年より倍増したことで産地価格は前の半分以下となり、海外への輸出が急務だったことが挙げられる。

つまり、豊作の年に国内価格のてこ入れとして日本国内に向かない小玉の国光や屑物りんごを海外に輸出する必要があった。よく指摘される問題点は「無理して売らんとしたための廉売傾向による不安定取引、規格不統一、早出競争による未熟不良品の積出、最も近距離産地の一つである日本品の取引が却って日数を要する点」であった¹⁰。逆に不作の年に国内価格が上昇するので、国内市場優先の姿勢が輸出量の減少をもたらすことになる。

表4のように、香港市場における日本産と中国産の市場シェアは1952年に日本産が中国産の4倍にあたる81%を占めていたが、翌年に一転して半々となり、一進一退の様相が窺えた。しかし、1956年を境に香港市場に占める日本産と中国産の地位が逆転した。安い国光を中心とする中国産は、香港向けに小玉の国光を中心に輸出する日本産にとって最大の競争ライバルであった。一方、新たな競争相手としてアメリカと豪州が頭角を現し、やがて日本を凌駕していった。

表4 香港市場における日本産りんごと中国産りんごのシェア推移 単位：%

年次	1952	1953	1954	1955
日本	81	50	72	56
中国	17	49	24	43

出所)財団法人日本輸出農林水産物振興会『輸出農林水産物の現状と課題』昭和33年、pp.89。

アメリカは香港市場を開拓するためにスターキングという新品種を持ち込み、均一した規格と品質、優美な包装と冷蔵船輸送による鮮度保持などにより、高級りんごのイメージの確立に成功した。日本産は中国産小玉国光との価格競争を避けるため、アメリカ産に比べ価格面で安いスターキングの輸出に参入した。ただ、日本国内でスターキングに対する需要が旺盛なうえ、大玉の生産が中心なので、輸出に適する小玉数が少ないなどが輸出拡大のネックであった。

当時、香港市場における日本産りんごの商品イメージはその販売価格に表されている。たとえば、1959年の輸入単価(1kg当たり)は中国産25円、日本産55円、豪州産96円、アメリカ産117円で、アメリカ産、豪州産は上流階級、日本産は中流以下、中国産は下流階級に主として消費されているという¹¹。

このように中国とアメリカに挟み撃ちされる日本は香港市場への取り組みとして1961年1月に香港大丸デパートで青森県産りんごの展示説明即売会・試食会を開催した。現物を持参して消費者に直接、県産りんごの優秀性を宣伝した。従来輸出されていなかった品種、大玉が予想外の人気を博し、今後その輸出に大きな期待がかけられることがわかり、大きな収穫となった¹²。

このような取組に加えて、青森県は1961年に香港駐在員を派遣した。それまでは青森県産りんごは産地出荷業者→神戸の輸出商社→現地輸入商社のような流れで輸出され、輸出先に関する情報は輸出商社を経由して入るしかなかった。香港に派遣される駐在員は現地で直接入手したビジネス情報を産地にフィードバックし、輸出条件の改善と輸出拡大をはかることが期待されていたのである。

しかしながら、表5のように1956年以降日本の輸出量とシェアがともに下落し、中国との差が拡大すると同時に、アメリカと豪州にも抜かれてしまった。

表5 香港における国別りんご輸入数量とシェア 単位：CWR（1CWR=50.8kg）

国別	1956	1958	1960	1964	1966
中国	103,889 (57)	278,783 (74)	189,650 (57)	282,470 (54)	507,309 (75)
日本	46,049 (25)	68,743 (18)	85,322 (25)	55,507 (11)	27,574 (4)
豪州	17,349 (10)	19,744 (5)	39,940 (11)	74,628 (14)	53,758 (8)
米国	11,213 (6)	9,295 (2)	19,318 (6)	94,114 (18)	73,760 (11)
その他	3,432 (2)	187 (0)	3,206 (1)	15,029 (3)	17,517 (3)
合計	181,932 (100)	376,752 (100)	337,436 (100)	521,748 (100)	679,918 (100)

出所) 1960年までの数字は青森県りんご調査団報告『東南アジアの青果市場』1960年、pp.16、1964年以降の数字は『マニラ-香港-台湾、りんご市場調査報告書』青森県農林部りんご課、昭和43年、pp.97より作成。

ところで、1970年代以降の輸出不振期において香港に輸出される日本産りんごは個別の年を除けば、年100トン以下まで減少した。ようやく上向きになった1989年の香港市場についてジェットロが行った調査によると、香港の年間りんご輸入量は約6万トンであったが、アメリカ産は35,859トン、チリ産は12,854トン、中国産は1,113トン、日本産は312トンのようにアメリカ産が半数以上を占め、1960年代の主役であった中国産が大幅に後退している。トン当たり平均単価をみると、アメリカ産、チリ産、中国産と日本産はそれぞれ637香港ドル、458香港ドル、323香港ドル、2214香港ドルとなっている。日本産の価格はアメリカ産の約3倍、中国産の約7倍である。日本産は数量ベースでは1%、金額ベースでは2%の市場シェアを占めている。

ちなみに価格の高い日本産は現地販売業者以外に日系の小売業者（スーパー、デパート）の扱い割合が高くなっている。「近年のりんご消費の傾向としては大玉指向が進んでおり、地場スーパーでは56玉クラスが普通になっているとのことである」¹³。

なお、近年、香港向け青森産りんごの輸出量は年々増加し、2009年産は1,000トンを超えている。その一部は香港を経由して中国大陆に流れているとみられるが、その正確な数字は捕捉できていない。

2 フィリピン

1963年から香港に代わって最大輸出先となったのはフィリピンである。同国向け日本産りんごの輸出は1951年までさかのぼることができるが、それはアメリカ産に対して出していたといわれるアメリカ政府の輸出補助金の削減に伴う日本産の進出である。しかしながら「フィリピンは28年頃より為替管理を厳格にし、多くの物資につき国際入札としたため日本産は価格高により案外伸び悩んでいる」¹⁴。

ところが、同国向け日本産りんごの輸出は1956年に974トンに上がり、60年から3,000トン台に急増した。中国産りんごが香港とシンガポールのような自由貿易港を席卷していたがために、市場シェアを奪われた日本産りんごが力を入れたのは共産圏からのりんご輸入を禁止するフィリピンと台湾であった。対フィリピン輸出増加の理由について次のような記述がある。

「フィリピンにおいては、りんごが賠償物資に加えられたこと、競合する他国産のりんごがほとんど輸入されなかったこと」¹⁵である。「従来東南アジアの主要市場であったホンコン、シンガポールが近年次第に減退してきているため、輸出商社がフィリピンを主力に置き換え、積極的に売り込んでいたこと、輸入業者が少なく数量、価格のコントロールができ、有利な販売ができたこと」¹⁶。「従来フィリピンは、価格的に最も安いものを輸入していたため、本年度のように近年にない産地高により相当の減少が予想された。しかし同国の輸入意欲は意外に強く、昨年対比約26%の減少にとどまった。もっとも、この陰には産地出荷者が、原価あるいは出血販売をもかなり行ったことも見逃せない要因としてあった」¹⁷。

フィリピン向けりんごの輸出増加は1969年まで続いた。1965年を例にみると、同国は輸入したり

んご 9,425,923kgのうち、日本産は7,144,223kg、全体の76%を占めている。それに次ぐのは豪州産951,208kg、香港産518,917kg、アメリカ産476,002kg、ニュージーランド産259,383kgの順であった。それに対してそのkg当たりの価格はニュージーランド産0.92ペソ、アメリカ産0.88ペソ、豪州産0.79ペソ、韓国産0.58ペソ、香港産0.46ペソ、日本産0.43ペソのように、日本産りんごの価格は最も安い¹⁸。

たしかにフィリピン向けは国光の小玉、等級の低いもの、キズものが多かった。日本国内で輸出向けは小玉、キズものでよいという考え方があった¹⁹。すなわち国内市場に向かない小玉国光を海外に輸出することによって国光の国内価格を押し上げる狙いがあったのである。したがって輸出量が増えるものの、品質と価格に問題が多かった。それはフィリピン向け輸出によくあらわれている。

ところで、フィリピンはりんごの輸入に際して、国内の輸入業者に対して供託金制度を設けていた。「仮にりんご5万箱を5千万円で輸入する契約をすると、LC（信用状）発行とともにこの150%、7,500万円を政府に供託するのである。輸入業者はこの金を含めて合計1億2,500万円の金を準備しなければりんごの輸入が出来ないことになるし、供託金はりんご輸入の時点で返済されるが、いっさい無利子である」²⁰。つまり、かなりの資金力を持たないと、りんごを輸入することができなかった。

そのため、1966年までフィリピン向けは一輸入業者によって独占されていた。しかし、翌年に別の強力な商社が乗り出し、「当初、この新規業者と神戸商社との折衝が難航したため、産地に対する直接の発注となったが、産地には輸出枠がないため神戸側に対して強力に働きかけ、ようやくその実現を見、青森港から11万箱を積み出した」²¹。そのような新規参入があったためか、輸入業者に課す供託金は68年7月1日に前出の150%から250%へと大幅にアップされた。

ところが、順調に伸びてきたフィリピン向けりんご輸出は1969年同国の外貨事情の悪化により急激に減少した。翌年3月からりんごはNEC物資（不必要消費財）に指定され、事実上の輸入禁止品目となった。72年にそれが条件付きで解禁されたが、価格の面で韓国産、中国産との競争に太刀打ちできず、その後長く中断を余儀なくされた。

その背景として、国光からデリ系へと産地で急速に進んだ品種更新や円の切り上げなどが考えられる。すなわち価格の高い高級品種＝デリ系の同国向け輸出が困難になったことである。その傾向は今日まで続き、現在日本産りんごの輸出は毎年10トン程度にとどまっている。

3 台湾

戦前日本の植民地であった台湾は、日本産りんごを相当額輸入消費した。戦後、開発独裁政権の国民政府は、外貨事情などを理由に潜在需要の高い日本産りんごをぜいたく品としてその輸入を禁止していた。1959年日華通商協定の際に日本は国民政府に対して「我が国りんごの買付方を極めて強力で交渉した結果、ある程度の諒解をとりつけ得た」²²。

台湾のりんご輸入は国家統制色の強いものであった。具体的には外貿会という政府部門がりんごをどこからどれだけ輸入するかについて、毎年市場の状況や外貨事情などをにらみ合せて決めるが、その割当数量の決定を受けて中央信託局という国家機関が東京と台北の両方で入札を行うことになっている。すなわち、まず東京で日本の輸出商社を相手に購入の入札を行い、続いて台北で輸入商社を対象に販売の入札を実施するという仕組みであった。

台湾政府は最初、国内需要の強い日本産りんごの輸入と自国産バナナの対日輸出とのバーター取引にこだわったので、りんごの輸入量は不安定に推移していた。それが解除されると、青森県知事をはじめ輸入枠拡大に対する強い外交折衝が奏功して65年から輸出量が安定的に増加した。たとえば1966年における台湾のりんご輸入は合計52,620公担（1公担=100kg）のうち、日本産は28,358公担で54%の市場シェアを占めていた。残りは韓国産23,649公担、アメリカ産366公担、豪州産91公担の順であった。また1公担あたりの価格は日本産64,750台湾元、韓国産63,420台湾元、豪州産55,495台湾元、アメリカ産40,197台湾元のように日本産りんごの価格が最も高い²³。

ほかの東南アジア方面の国と地域に比べると、台湾ではりんごの小売価格はとにかく高い。たとえば、台北では青森から輸入した国光の小玉を1個9台湾元(約81円)、スターキングの中玉を15台湾元(約135円)くらいで売っていた。その小売価格は日本国内のそれよりも数倍高いという²⁴。価格は高くとも、りんごは売れる。旧正月前後になると、贈り物などの需要から、小売価格はさらに騰貴するといわれる。

それにしてもなぜ台湾市場で日本産りんごの小売価格がそんなに高いのか。当時の県関係者は現地でその理由について調査したことがある(表6)。

表6 台湾における日本産りんごの平均価格(1967年)

中央信託局の入札購入価格(CIF)	1,372円
中央信託局の入札販売価格	1,942円
輸入関税、防衛税、港湾税、植物検査費用、公租公課合計	1,321円
税関申告、荷役費用と冷蔵費用合計	126円
輸入商・卸売商・小売商マージン合計	930円
小売価格	4,319円

出所)『マニラー香港—台湾、りんご市場調査報告書』青森県農林部りんご課、昭和43年、pp.110-111より作成。

それによると、まず中央信託局は輸入割当枠に基づき、日本で入札を行い、1箱1,372円のCIF価格で買い付けたりんごを台湾で1,942円の入札価格で売り渡す。その差額の570円は政府収入となる。次に輸入りんごに対する諸関税や通関費用などは1,321円+126円=1,447円と高い。その上に輸入商や卸売商と小売商のマージン合計930円を乗せると、小売価格は4,319円になる。それは中央信託局の東京での入札買付価格の3倍強にあたるものである。

ところで、1972年に日中国交回復に伴う日華外交関係の断絶などにより、日本産りんごの台湾輸出は中断しなかったものの、輸入割当と入札制度のもとで年数百トン程度の水準が長く続いた。ジェットロが行った1989年の調査からそのころの輸出事情を窺うことができる。

1989年の台湾輸入りんごは合計73,318トンであったが、その内、アメリカ産は50,264トンで69%のシェアを占めていた。残りの韓国産は8,499トン、チリ産は6,204トン、日本産は426トンであった。逆にトン当たりの輸入単価では、日本産4,829ドルをトップに、韓国産2,550ドル、アメリカ産628ドル、チリ産615ドルとなっている。アメリカ産に比べ、日本産が8倍程度高い²⁵。

転機が訪れたのは90年代中頃以降である。1996年に日本産りんごの割当輸入数量は2,000トンに拡大され、そして2001年のWTO加盟により輸入自由化になった。以降、台湾への輸出が急増し、年2万トンの水準に到達したのである。

台湾向けりんご輸出量は増えたが、輸出体制は割当時代に形成したチャンネルを踏襲している。つまり、神戸などの輸出商社が産地移出商と輸入商社に仲介する形で輸出が行われている。産地移出商は出荷業者の役割に徹し、輸出業務を輸出商社に任せている。

ともあれ台湾市場は青森県産りんごに対する需要が強かった。輸入割当制のもとで高級化志向が目指され、海外市場で国光からスターキング、そしてふじ、世界一、むつなどの高級りんごにいち早く切り替えたのは台湾であった。この意味では長期にわたって実施した輸入割当制は台湾で青森県産りんごのブランドイメージを強制的に定着させる効果があった。いま台湾のりんご市場では、「青森」がブランドとして浸透している。

V 青森県産りんご輸出構造を規定する産地生産流通条件

一般的には輸出は、当該商品の国内生産販売状況や、輸入先の政策転換による需要変動、競争相手の動向などの要素に左右される。りんごを輸出産業として位置づける国では、輸出先消費者の嗜好などに合わせて品種の選定など戦略を立てることが不可欠である。それに対して、日本のりんご産業は専ら国内市場へ供給することを目的として形成されている。輸出活動はその体制を補完するものとして位置づけられるため、りんごの国内生産と流通状況に制約される側面が強い。

そこで本節では、りんご輸出構造を規定する産地のりんご生産流通条件について、生産量、品種、価格、出荷体制の観点から検討する。

1 生産量

日本産りんごの生産量は戦時統制解除後急増し、1960年代後半に110万トンに達したあと、減産に転じ、80－100万トンの間に推移している。青森県はおよそ半分程度の生産量を占めている。大不作の年を除けば、生産量は一貫して40－50万トンの間で推移している。りんご生産は国内消費向けに行われているが、農産物であるため、天候などの要因に左右されやすく、豊作と不作が繰り返され、供給量が激しく変動する年もしばしばあった。一方、需要も常に一定するのではなく、景気状況や代替果物などにより大きく増減することがある。そのため、りんごの国内販売価格の騰落は出荷りんごの95%以上が国内市場に向けられる生産者と販売業者にとって死活問題となる。国内価格が低いとき、相場維持に輸出と加工の拡大が強調され、1960年代末までは国内市場に向かない小玉国光の輸出拡大が国内供給量と相場への調整手段として追求されたのである。逆に不作の年に国内価格が上昇するので、輸出への意欲が低下しがちで、海外市場への持続的輸出が難しいとされてきた。

近年、生産量の相対的過剰と慢性的相場安が続く中で、国内相場の調整弁として期待される輸出の役割は業界の一般認識となっている。

2 品種

輸出品種も国内における品種更新の影響を強く受けていた。

国光と紅玉は、1960年代後半まで80%以上という圧倒的な市場シェアを誇る主力品種であった。紅玉の生産量は1959年にピークを迎え、67年以降急速に減ったのに対して、国光の生産量は1963年にピークを迎え、68年の「山川市場」²⁶をへて急減に転じた。

そこで、国光、紅玉からデリシャス系、そしてふじへの品種更新が進められた。ふじの登場はやがてデリ系の退場を促し、70年代後半に主力品種としての地位を不動にした。1990年からはふじが半分の生産量を占める一方、早生種のつがる、中生種のジョナゴールド、晩生種の青系の玉林、贈答用のむつがそれぞれ一定のシェアを持つ棲み分け状態になっている²⁷。

輸出との関連でいえば、1960年代までの増産は主に国内需要によって消化されたが、主力品種である国光には小玉が多く、国内市場に不向きであった。大豊作の年に国光の小玉を海外に輸出することによって国内市場を調整することが必須であった。

ところが、国光の代替主力品種とされるスターキングは大玉中心で輸出向け用の小玉が少なかった。ふじになると、価格がさらに高く、海外消費者の購買力を超えていた。結局、むつ、世界一のような大玉で特色のあるりんごが贈答用として富裕層向けに輸出されたが、非日常的な商品なので、量的拡大には限界があった。味優先で自家消費用にふじを購入するようになったのは近年の台湾ぐらいである。

3 価格

りんご輸出量の増減は国内価格と強くリンクしていた。

りんごは1955年までの戦後復興期における価格の乱高下を経験したが、それ以降1960年代初頭まで競合商品ミカンの増産、バナナの輸入、りんごの供給増大、とくに小玉の多い国光の増産により、長期にわたり価格の低迷が続いた。

ところが、「山川市場」を契機にりんごの販売価格が上昇に転じた。表7は1969年以降の販売価格の推移を示している。デリシャス系はその後における生産量の急増にもかかわらず、価格水準は2千円台に乗せたまま値下がりが見られない。一方在来種の紅玉、国光も生産減に伴って急激な値上がりをみせた。新しい品種のむつとふじの価格はさらに高い。この結果りんご全体の平均価格も大幅高となったのである。

表7 年次別、品種別、青森りんごの市場平均価格 県りんご課調、単位：円

区分	紅玉	国光	デリシャス系	むつ	ふじ	平均
1968	788	971	1,649	—	—	1,129
1969	1,044	1,506	2,101	2,922	2,899	1,632
1970	1,287	1,509	2,178	3,108	3,069	1,735
1971	1,188	1,548	2,112	3,008	2,736	1,789
1972	1,440	1,818	2,176	3,136	3,376	2,059

出所) 青森県農林部りんご課『青森県りんご発達史』第14巻、昭和49年、pp.87より作成。

このように1969年から品種更新と品種の高級化のほか、栽培面積の減少、果汁加工の強化などもあって、価格が回復し、1990年代初期まで高位に推移していた。逆に1990年以降、バブル経済の崩壊、りんご果汁の輸入解禁、果汁部門による生果価格の下支え機能の低下、消費需要の減退により、価格が再び低迷に転じた²⁸。

りんご輸出は1960年代後半までの価格低迷期において国内相場の維持策として取り組まれた結果、第1次上昇期が現れた。しかし、品種の高級化、栽培コストの増加、円の切り上げなどの理由によってりんご価格の上昇はりんごの輸出を事実上不可能にした。希少価値の高い品種のわずかな輸出によってかろうじて維持される程度であった。

ところが、1990年代のデフレ期にりんご価格の低迷が続くと、海外輸出がまた現実的に可能となり、東南アジアを中心に第2次上昇期が迎えられることになったと考えられる。

4 出荷体制

日本産りんごは基本的には国内消費用で、その出荷体制も国内市場向けに出来上がっている。零細農家から集荷したりんごを消費地市場に出荷するのは産地の仲介組織である。

その仲介組織は最初、移出商と呼ばれる商人達を中心であった。しかし、戦後生産農家の利益を守るという理念のもとで農家の自助組織とされる農協が勢力を伸ばし、現在移出商と農協の二大勢力が県内りんごの出荷業務を主導している。移出商は1971年に設立された弘前中央青果を舞台に農家からりんごを仕入れて県外へ出荷するのが現状である。

出荷されるりんごの一部は輸出向けになっているが、それは出荷業者にとっては神戸の輸出商社に荷渡しするだけで取引が終了するので、国内市場向けの取引と同じである。言い換えれば、県内の出荷業者は輸出向けの出荷を行うものの、直接海外への輸出業務は行わず、神戸などの商社に任せるのが実態である。

なぜ産地の出荷業者は直接貿易を手掛けないのか。いくつかの理由があったと考えられる。戦後再出発した移出商の規模は小さく、海外との連絡も途絶えていた。貿易の人材も知識もなく、またりん

この輸出は季節的なもので周年販売はできなかった。それに対して、神戸などの輸出商社は貿易港に事務所を構え、りんご以外の商品も扱っていた。輸出先とのコネをもち、貿易業務にも習熟していた。

さらに1958年に導入した東南アジア方面向けりんご輸出割当制はこの輸出体制を強化するものであった。輸出枠が輸出実績のある貿易商社に割り当てられるため、商社を通して輸出する以外に方法はなかった。1973年に東南アジア向け輸出割当制、そして2001年に台湾の輸入割当制が廃止されたが、間接貿易の体制が踏襲されている。産地出荷業者にとって直接貿易を行う際の諸リスク、たとえば輸入業者との代金決済の問題、トラブルが回避される一方、台湾向け輸出の場合、出荷業者の前で輸出商社と輸入商社が取引交渉を行うなど、透明性が高まり、かつてのように海外市場に関する情報の格差によって不利な取引条件を押し付けられる心配も緩和されたからである。産地出荷業者による直接輸出の是非について論議されたことがあるが、実現しなかった。

VI むすび

以上述べてきたように、戦後青森県産りんごの輸出数量の推移は第1次上昇期(1949-71年)、輸出不振期(1972-91年)と第2次上昇期(1992年以降)という三つの時期に分けられる。その輸出構造に次のような特徴が観察できる。

第1に東南アジア方面が一貫して主要な輸出先になっている。また時期によって輸出国と地域の比重が大きく変わることがあった。

第2に主要輸出品種は国光からスターキング、そして世界一、むつ、ふじに交替し、品種の高級化現象がみられる。

第3に産地出荷業者はりんごの輸出業務を輸出商社に任せ、輸出向け出荷業務に徹している。

このような諸特徴は主として日本りんご産業の国内生産流通条件によって規定されている。その結果、輸出は国内市場の調整弁として位置づけられてきた。その際に産地側は輸出条件を改善するために、どのような輸出向出荷体制を構築すべきか、という課題に直面した。それについては別稿に譲りたい。

脚注

- 1 近年農産物輸出に対する関心が高まり、りんごの輸出現状に関するいくつかの調査研究が発表されている。たとえば田中重貴「日本産りんご輸出における産地流通主体の役割：青森県産りんごを事例として」『北海道大学農経論叢』62、pp.141-150、2006年。横田洋之「青森りんご輸出の現状」21世紀政策研究所、2007年。
- 2 「第2回青森県りんご産業振興懇親会会議概要」昭和40年6月、pp.2。
- 3 青森県『りんご指導要項—流通編—』（各年版）によれば、1965年まではゴールデンデリシャスはデリシャス系に含まれていたが、1966年以降はそれがデリシャス系から独立した。以後、統計上はスターキングデリシャスを含む赤色のデリ系と黄色のゴールデンデリシャスが別々に集計されることとなった。なお、1991年以降はゴールデンデリシャスが、更に2002年以降はデリシャス系がそれぞれ「その他」に含まれ、現在では両品種の生産量は公開されている統計上把握できなくなっている。
- 4 青森県りんご輸出共同販売協同組合『昭和43年度 事業報告書』。
- 5 財団法人日本輸出農林水産物振興会『輸出農林水産物の現状と課題』昭和35年、pp.26。なお、国名の表記については、出典の記載どおりとした。
- 6 東南アジアを中心とする仕向地とは、具体的には伊平屋島および北緯27度以南の南西諸島（大東諸島を含む）、台湾、香港、マカオ、ベトナム共和国、ラオス、タイ、マラヤ、シンガポール、フィリピン、ビルマ、インド、セイロンなどを指している。通商産業省通商局監修、全日本輸出組合協議会『輸出入取引法及び関係法令集』昭和37年、pp.127。
- 7 前掲『輸出農林水産物の現状と課題』昭和36年、pp.27。

- 8 山本省一『東南アジアとりんご市場』東奥日報社、昭和43年、pp.192-93。
- 9 返還前の沖縄向けは輸出として扱われていたが、ここでは取り上げない。
- 10 前掲『輸出農林水産物の現状と課題』昭和31年、pp.138。
- 11 ジェトロ香港事務所 原田駐在員情報(第1号)、青森県りんご課、昭和36年10月、pp.8。
- 12 青森県りんご輸出協会「昭和35年度事業報告」。
- 13 日本貿易振興会海外経済情報センター『りんごの海外市場』平成3年3月、pp.14。
- 14 前掲『輸出農林水産物の現状と課題』昭和31年、pp.139。
- 15 前掲「昭和39年度事業報告」。
- 16 同上「昭和40年度事業報告」。
- 17 同上「昭和41年度事業報告」。
- 18 前掲『東南アジアとりんご市場』pp.124-125。香港産とは香港から再輸出したものを指す。
- 19 たとえば農林省農林経済局国際経済課小岩井健次班長(当時)が「貿易自由化時代における産地の在り方について」という講演の中で次のように述べている。「リンゴのそういった先行不安感の基本的な問題となるものはなんといっても輸出品は小玉でよいのだ、くずでよいのだというふうな先入観念…、これが輸出商社あるいは産地の一部の方々にろうこととして抜けがたい信念、信条みたいになってしみ込んでいるのではなかろうか」。青森県農林部りんご課『りんごの輸出について』昭和39年、pp.5。
- 20 前掲『東南アジアとりんご市場』、pp.176。
- 21 前掲「昭和42年度事業報告」。
- 22 前掲『輸出農林水産物の現状と課題』昭和34年、pp.104。
- 23 前掲『東南アジアとりんご市場』pp.165。
- 24 同上、pp.177。
- 25 『りんごの海外市場』平成3年3月、pp.9。
- 26 1968年産の国光と紅玉は、出荷経費も償えない低価格となり、かなりの量が翌春山や川に捨てられた。これを後に「山川市場」に出荷したと言った。
- 27 成田拓未「りんご市場の展開と現段階—青森県を中心に」りんご振興研究会(代表者 黄孝春)『国際化・自由化段階における青森県りんご産業の活性化に関する研究』、2003年、pp.8-9。
- 28 同上、pp.6-7。