

産業経営研究所報

第 38 号

九州産業大学
産業経営研究所
2006年

目 次

情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究	稲 永 健太郎.....	1
森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)	国 狭 武 己..... 江 口 傳	21
環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動	齋 藤 實 男.....	81
福岡の市場の動向と特質 — 福岡流通ビジネスの成功のために —	平 野 英 一.....	113
九州地域の農山漁村地域における産業振興戦略の実態 — 日田市大山町地域を中心に —	山 本 久 義.....	147

(代表研究者アイウエオ順)

情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究

稲 永 健太郎

1. はじめに

現在の情報化社会では、膨大な量および種類の情報が氾濫しており、これらの情報の多くが、企業をはじめとする組織から発信され、人々の生活や考え方に多大な影響を与えている。そのため、企業による情報発信（配信、提供、開示、公開等）が注目されており、その迅速さおよび正確さが厳しく求められている。

利潤の追求を目的とする企業では、製品やサービスと同等に、情報発信の取り組み方次第で、その企業に対する信頼性やイメージに多大な影響を与えることから、企業自体が発信する情報およびその企業に関する情報が、企業の存在価値や活動に影響を及ぼす重要な要素の一つであると世の中で認識されつつある。特に、CSR（企業の社会的責任、Corporate Social Responsibility）というキーワードに象徴されるように、企業が社会に対するさまざまな責任を果たすべきとの機運が高まりつつある状況の中で、企業は、情報発信の重要性をより強く認識し、より積極的にかつ情報発信者としての責任を持って情報を発信すべきであると考えられる。

九州地域においては、情報発信を積極的に実践することで、成長・規模拡大を続けている企業が数多く存在する。これらの企業は、活動の拠点が首都圏をはじめとする大消費地域から地理的に離れ、競合他社と比較して不利な状況に置かれている中、情報通信技術を活用した情報発信を行うことで躍進を続けている。これらの企業による情報発信の特徴と

して、顧客に対して最適な情報を発信することで顧客満足を高め、また情報通信技術を積極的に活用していることが挙げられる。特に、WWW（World Wide Web）を利用するような情報発信そのものの活動に限らず、顧客情報の収集・分析や発信情報の創造・加工など、発信される情報の質や量、タイミングをコントロールするための各種企業活動においても、情報通信技術が活用されている。

本研究では、このような現状をふまえ、上記の情報発信に関する考え方を基盤とした“コンシェルジュ型情報発信”という、企業の情報発信に関する新たな概念とその取り組みについて提案するとともに、一般的に首都圏等と比べ地理的に不利な状況に置かれている九州地域を地盤として活動している企業（本稿では単に九州地域企業と呼ぶ）のうち、情報通信技術を活用して積極的に情報を発信している企業について、情報発信に関する経営・活動方針、組織形態、そして、企業活動における情報通信技術（関連するヒト・モノを含む）の具体的な活用方法の事例および企業活動全体の中での情報発信の位置付け（情報発信の重要度や他の企業活動との関連性）を調査した。具体的には、いくつかの企業による情報発信活動の先進事例（モデルケース）を通して、九州地域企業がどのようにしてより効果的な情報発信を行うことができるのか、その情報発信に対する企業の取り組み方を提案でき、また、アンケート調査の結果を通して、情報発信における情報通信技術の役割と九州地域企業の活動における情報発信の重要性を明らかにすることができると思われる。

以下、2節では、企業の情報発信の現状について、従来からの企業活動やCSRなどの新たな企業活動における情報発信の現状や、そこでの情報通信技術の活用状況をまとめる。3節では、著者が提案している、企業による情報発信の新たな概念およびその取り組み方である“コンシェルジュ型情報発信”について提案し、その詳細を提示する。4節では、主な九州地域企業を対象としたアンケート調査についてその結果と考察内容を、そして5節では、ヒアリング調査についてその結果とその考察内容を示す。6節では、この調査結果をもとにした“コンシェルジュ型情報発信”の活動を支援する情報発信支援システムを、7節では“コンシェルジュ型情報発信”の新たな実践策を提案する。最後に、8節で本稿の結論と今後の課題について述べる。

2. 企業の情報発信の現状

2.1. 企業の情報発信とその情報通信技術の活用

企業の情報化が叫ばれて久しい現在、情報通信技術を活用して、企業内での情報の共有化などの情報管理を行い、活動の効率化や新たな価値創造を進めている。この情報化では、企業内の情報に限らず、企業外の情報も取り扱いの対象として、さまざまな取り組みがなされている。その取り組みの一つとして、情報発信（情報提供、情報公開）が挙げられる。

企業の情報発信は、近年の企業を取り巻く時勢の後押しもあり、多くの企業が最も注力する活動の一つとなりつつある。具体的な例としては、企業の理念や経営方針、活動内容、商品・サービス紹介、さらに、競争相手との差別化・独自性のアピールを目的とした、IR活動や環境報告書の発行、ブランド戦略などが挙げられる。

上記のような企業から発信される情報には、常に迅速さと正確さが要求される。そのうち、迅速さの要求に応えるための手段の一つとし

て、インターネット関連技術が活用される事例が、近年多く見受けられる。また、発信される情報については、上記の迅速さ・正確さという最低限度の基準とともに、その情報の価値に大きな影響を与える質・量・タイミングという3つの要素を重視する必要がある。これらの要素について、情報通信技術の活用が有効であると考えられる。具体的な事例として、新聞、雑誌、TVなどの既存のメディアに加え、WWWや電子メールなどのインターネット関連技術を利用した、発信情報の受け手に合わせた適切な情報伝達手段の選択や、データマイニングなどのデータベース関連技術を利用した、発信情報の受け手の属性に合わせた情報の選別や加工（カスタマイズ）などが挙げられる。

今後も、企業の情報発信における情報通信技術の役割が重要視される一方で、情報通信技術を偏重することによる問題が生じることが考えられる。企業の都合を優先した一方的な情報の押し付けや情報セキュリティ対策の不備による発信情報の不備・不達などがその例として挙げられる。これらの問題を質・量・タイミングの要素ごとに分けた場合、以下のようなキーワードで表現することができる。

- 質：不要、物足りなさ、曖昧さ、語弊
- 量：過少、過多
- タイミング：遅延、拙速

このような情報発信は、情報発信の費用対効果が低減するだけでなく、企業イメージの悪化や企業に対する信頼性やロイヤルティの低下を招く原因となりかねない。

また、発信される情報の正確さについて、ここ数年多発する企業の情報改ざんや隠蔽の事例にも見受けられるように、発信される情報を取り扱う企業の情報取り扱いの方針に大きく影響される。そのため、情報通信技術を重視した情報化では発信される情報の正確さ



図1 企業とステークスホルダとの関係^(注1)

を高めることは容易ではない。

2.2. CSRと企業の情報発信

CSRは、社会を構成する一員として、その企業に何らかの利害関係を持つステークスホルダに対して、果たすべき責任を意味する用語として一般的に用いられる(図1を参照)¹⁾。CSRの詳細については、対象となる企業の種類や規模等によりその意味合いが異なる。例えば、株式会社日本総合研究所創発戦略センターソシオ・インキュベーションクラスターによると、CSRについて

“「より良い商品・サービスを提供すること」、「法令を遵守し、倫理的行動をとること」、「収益をあげ、税金を納めること」、「株主やオーナーに配当すること」だけでなく、企業が積極的に果たすべき「積極的な情報開示」、「誠実な顧客対応」、「社員の育児・介護への配慮」、「男女間の機会均等」、「環境への配慮」、「社会貢献活動への関与」、「NGO/NPOとの協力・連携」、「貧困や紛争解決などの世界的諸課題解決への行動」などを包含した企業の社会的責任”と説明している²⁾。ここで注目すべきは、企業がCSRを実践するにあたって重要な活動内容の1つに、「積極的な情報開示」すなわち情報発信を含んでいる点である。

企業の情報発信は、企業における情報化の

推進や取り巻く時勢に後押しされることにより、企業の存在価値や活動に影響を及ぼす重要な要素の1つであることが認識されつつある。企業から発信される情報の具体事例としては、企業の理念や経営方針、活動内容、商品・サービス紹介など従来から発信されている情報に加え、競争相手との差別化・独自性のアピールを目的とした、IR活動や環境報告書の発行、ブランド戦略など、その情報の量や種類は増大し続けている。これら企業から発信される各種情報には、常に迅速さと正確さが要求される。前節でも述べたように、具体的には、質・量・タイミングという3つの要素を重視する必要がある。これら3要素を重視する情報発信では、情報通信技術の活用は必要不可欠であり、情報発信と企業の情報化は密接に関係している。

企業の情報化において情報通信技術を活用することで、従来から取り扱いの対象であった企業内の情報を対象とした情報の共有化をはじめとする情報管理や企業活動の効率化に限らず、企業外の情報もその取り扱いの対象とし、製品やサービス等の新たな価値創造や情報発信などに貢献している。

ただ、ここ数年多発する企業の情報漏洩や情報隠蔽、情報改ざんなどの各種事例に見受けられるように、一部に情報発信の重要性について認識不足の企業や情報通信技術を偏重

する企業が存在している。これまでに明らかとなっている各種失敗事例を教訓として、企業は、情報発信の重要性をより強く認識し、情報通信技術を偏重することなく活用しながら、より積極的にかつ情報の送り手としての責任を持って情報を発信すべきであり、そのためには、企業の情報発信についての新しい指針が必要である。そこで、これまでに指摘した問題点を解決するために、企業の情報発信に関する新たな指針として、著者が提案している“コンシェルジュ型情報発信”を次節で提示する。

3. コンシェルジュ型情報発信

3.1. コンシェルジュ型情報発信の定義

前節で指摘した企業の情報発信活動に関する問題点に対して、企業が発信した情報の受け手を重視した“コンシェルジュ型情報発信”という新たな方針を提示する。

“コンシェルジュ型情報発信”とは、情報の受け手の要望に応えるために、情報の送り手の利益だけでなく、情報の受け手の利益・満足度を考慮（優先）し、一時的には情報の送り手に不利益となる情報も提供することを含め、積極的にかつ責任を持って情報の受け手に有用な情報を提供するという情報発信を指す^{3),8)}。ここで、コンシェルジュとは、フランス語のconciergeが語源の、アパートなどの管理人（特にフランスにおいて）や、ホテルにおいて、客の要望に応じて観光の手配や案内などを行うスタッフ、転じて、特定の分野や地域情報などを紹介・案内する人を指す用語である⁸⁾。このコンシェルジュの情報発信の専門家としての役割を、企業が社会において果たすべきであると考え。近年の競争相手の企業と類似した（同様の）製品やサービスを提供する中で、激しい価格競争にさらされている企業としては、コンシェルジュ型情報発信を実践することが、顧客（情報の受け手）へ継続的に付加価値を提供する

ことに有効であると考え。また、このコンシェルジュ型情報発信の実践によって、広告などに代表される従来の情報発信に比べ、情報発信の面での比較的高い費用対効果や、企業に対する信頼性・ロイヤルティの向上による企業イメージの好転という効果が得られると考える。

3.2. コンシェルジュ型情報発信の具体的事例

本節では、前節で提示したコンシェルジュ型情報発信を実践している事例を取り上げる。いずれの事例も、情報の受け手にとって有用である情報を提供する中で、一時的に情報の送り手にとって不利益な情報も積極的に提供しているという共通点が存在する。

[事例1] 観光・宿泊業（ホテル）

多くのホテルでは、宿泊客に対して各種サービスを紹介するという情報発信を実践している。専任のコンシェルジュだけでなく、フロントでの接客担当が、付近の観光名所の案内や、旅客情報の提供、旅の計画立案など、各種情報を宿泊客に提供している。宿泊客の要望によっては、提携先企業とは競合相手となる企業の提供するサービスを薦める場合もある。競合先ホテルのレストランや提携外のタクシーの紹介・手配などがその事例の一つである。

[事例2] 小売業（百貨店、スーパー）

大手百貨店の多くで、百貨店コンシェルジュ（専門アドバイザー）が配置されている。例えば、デパ地下において料理レピシや食材に関する情報提供を提供し、その中で、競合相手の百貨店にしかない食材の情報を提供することがある。また、スーパーの食料品売り場において、食料品の原材料情報を提供したり、スーパー大手のイオンでは、食料品に混入している恐れのある有害物質の危険性を積極的に公開したり、安全性に問題のある食料

品を納入した業者の製品の撤去や業者の刑事告訴の検討を公表したという事例⁴⁾もある。

[事例3] 医薬業（メーカー、病院、関係団体）

中小の医薬品メーカーを中心にジェネリック医薬品（後発品、収載医薬品）の情報が発信されている。この種の医薬品は、既承認医薬品（先発品）とほぼ同等の効能でありながら、価格は先発品の40～80%程度と、メーカーや病院などの収入減となる恐れがある一方で、患者の医療費負担減に大きく貢献するものとして注目されている。医薬工業協議会では、ジェネリック医薬品の使用を推薦する事例⁵⁾も見受けられる。

[事例4] 運輸業（国内航空大手）

国内航空大手3社（JAL, JAS, ANA）は、ウェブサイト「国内線.com」(<http://www.kokunaisen.com>)にてチケット販売サービスを提供するとともに、顧客の利便性を重視し、競合他社の情報も含めた運行時刻や運賃の情報などを提供している。

3.3. CSRとコンシェルジュ型情報発信

これまでに示したことからも明らかのように、CSRとコンシェルジュ型情報発信とは、その対象にこれまででない新たな価値を積極

的に提供するという点で、類似したコンセプトを持っており、CSRを実践するにあたり、コンシェルジュ型情報発信を導入することは効果的で、従来の企業活動だけでなくCSRの実践手段の1つとしてのコンシェルジュ型情報発信の役割は重要であると考え（図2を参照⁹⁾。そして、情報化社会におけるCSRへのコンシェルジュ型情報発信の導入には、情報通信技術の活用が不可欠であると考え。コンシェルジュ型情報発信における情報技術の活用については、3.5節でその詳細を述べる。ただし、このことは情報通信技術を偏重することを意味するものではない。なぜなら、情報通信技術の偏重は、特定のステークスホルダへの情報の偏りを生じさせ、結果的にはCSRの実践が困難になることが考えられるからである。

3.4. コンシェルジュ型情報発信における基礎的要件

コンシェルジュ型情報発信を実践するにあたり、情報通信技術の活用を含めた情報化が重要な役割を果たす。この情報化を進めるにあたり、下記のような点について考慮すべきである^{8),9)}。

- 情報発信前の各種作業における情報通信技術の活用

情報発信の前段階の作業として、情報の

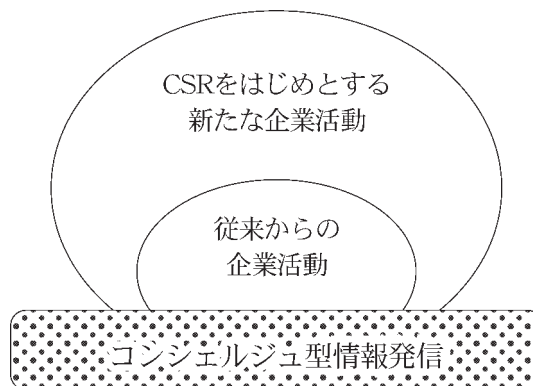


図2 企業活動とコンシェルジュ型情報発信

整理・収集、取捨選択、加工、情報管理などが挙げられる。これらの作業の中で、企業内の発信可能な情報の洗い出しや他企業の情報の取り込み、情報の受け手ごとに徹底した情報のカスタマイズなどで情報通信技術を積極的に活用すべきである。

• 情報発信時点での適切な手段・タイミングでの情報発信の実現

情報を発信するにあたり、情報の受け手ごとに情報の受け手ごとに適切な情報伝達手段を選択（複数手段の併用を含む）する必要がある。しかし、情報の受け手によっては、会話などの人間同士の直接的なコミュニケーションも必要であり、情報通信技術の偏重を回避しなければならない。また、情報発信のタイミングについては、情報発信前の情報の受け手ごとの情報のカスタマイズとともに、適切な対応が可能な（タイミングを逃さない）情報発信のための情報システムをはじめとする情報通信技術の活用が有効であると考ええる。

• 情報発信後の発信情報の質の維持および責任の明確化

発信情報の発信源に関係なく、発信元としての責任を重視し、発信情報の質の維持および責任の明確化が必要である。特に、情報セキュリティ対策の重視や、発信情報の改ざんや漏洩の防止に情報通信技術を利用した積極的な取り組みが必要であると考ええる。また、情報発信後に、関連情報や最新情報などの継続的な発信によるアフターサービスの充実や、発信情報版のSLA（Service Level Agreement）の導入、発信情報の追跡調査（風評被害、著作権法違反）も必要であり、これらに関しても情報通信技術の活用が不可欠であると考ええる。

3.5. コンシェルジュ型情報発信の実践策

このようなコンシェルジュ型情報発信においては、これまでの情報発信についての研究成果の一つである“組織の情報発信における

情報化の基礎的要件”^{6),7)}を考慮した情報通信技術の活用が重要であると考ええる。以下にその実践策を提案する。

- 複数の情報伝達手段の確立および強化
 - －情報発信のIT化による迅速さというメリットを活用（アクセサビリティの向上）
 - －間接的なIT化のメリットを生かす配布物の作成の迅速化
- 情報発信を目的とした新たな専門部署の設置または既存の情報発信関連部署の強化
 - －情報発信戦略の確立
 - －情報コンテンツの充実（知的公共財としての情報の発信や独自色の発揮）
 - －情報セキュリティ対策を含む発信すべきでない情報の厳重な管理
- 情報発信戦略の部署と他の部署との連携強化
 - －情報発信の専門部署の活動への他部署の全面的協力（情報収集、取捨選択）
 - －情報戦略統括担当（CIO）との強力な連携
 - －情報コンテンツの充実、付加価値情報の創造
- 専門知識を持つ人材の確保および育成
 - －情報発信を専門とする人材
 - －情報セキュリティを専門とする人材（発信情報の信頼性の向上）

4. 九州地域企業による情報発信の現状と課題

4.1. 九州地域企業の現状

現在の九州地区の景気動向は、全国的な状況と同様に本格的な回復状況であるとは言いがたく、九州経済白書2005年版によると、九州地域においては、本業を重視した保守的な経営を推し進めている企業の割合が、80.5%にも達している¹⁰⁾。また、いわゆる“支店経済”というキーワードに象徴されるように、独自の戦略を持って積極的に事業展開を進めることが容易でない大手企業の系列会社が九

州地域における企業の売上高上位にランクインしており、これらのことを考え合わせると、九州地域全体として経営の多角化や新規事業の立ち上げ等、積極的な経営には踏み出せない企業が多いことが考えられる。

九州地域における中小規模の企業をはじめとする数多くの企業では、ヒト・モノ・カネの各種経営資源すべてあるいは一部、特に人的資源の不足が原因で、これらの対策を実践することは容易ではないという現状があり、また、これら上記の対策を実践している企業においても、次に挙げるような、さまざまな課題あるいは問題点を抱えている事例も見受けられる¹¹⁾。

- ウェブページやメールマガジン、ブログ等の各種インターネット技術を利用しているものの、アクセス数や参加者数が少なくために費用対効果が低い
- 情報発信活動を専門とする部署が整備・強化されているものの、他部署との連携が十分でなく、発信する情報の量・質が改善されない
- 発信した情報について、情報セキュリティを重視するあまり、ステークホルダにとって満足の得られる質・量を確保できない

4.2. アンケート調査の概要

ここで、本研究に関連して、2005年2月から4月にかけて、九州地域に本社を置く企業のうち、年間の売上高150億円以上の上位企業1002社に対して郵送形式でのアンケート調査を実施した（回答率19.7%）。調査対象の中心となる企業は、九州地域に本拠を置きかつ情報発信を積極的に推進している企業とする。また、特定の業種に偏らず、幅広くさまざまな業種の企業を対象とし、直接企業を訪問して経営トップあるいは広報等の情報発信を担当する部署長を中心にヒアリングを行う、あるいは、郵送・ウェブを利用したアンケートを実施することで調査を行った。

まず、調査対象企業（県別）の内訳と回答

企業（県別）の内訳をそれぞれ図3、図4のグラフで示す。県別企業数については、調査対象企業（県別）の内訳と回答企業（県別）の内訳は、ほぼ同様の傾向を示しており、県別企業数の面で回答結果は実情に近い結果が得られているものと推定される。

続いて、調査対象企業（業種別）の内訳と回答企業（業種別）の内訳をそれぞれ図5、図6のグラフで、さらに、調査対象企業（売上高）の内訳と回答企業（売上高）の内訳をそれぞれ図7、図8のグラフで示す。

業種および売上高に関しても、調査対象企業の内訳と回答企業の内訳は、ほぼ同様の傾向を示しており、業種および売上高の面でも、回答結果は実情に近い結果が得られているものと推定できる。以上のデータから、今回実施した調査結果と現状とは、ほぼ類似した傾向を見せていると考えられる。

4.3. アンケート調査の結果詳細

ここで、今回実施したアンケート調査の結果の詳細を示す。まず、各企業の活動地域についての質問と、その結果を図9のグラフで示す。

貴社の主な活動地域（貴社の営業拠点や取引先など、貴社のあらゆる企業活動に関わる地理的範囲）はどちらでしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可、最大3つまで）
(1)九州・沖縄地方 (2)中国地方
(3)四国地方 (4)近畿地方
(5)中部地方 (6)首都圏
(7)関東地方（首都圏を除く）
(8)東北地方 (9)北海道地方
(10)海外（東アジア・東南アジア地域）
(11)海外（北米地域）
(12)海外（欧州地域）
(13)海外（その他の地域）

この結果より、主な九州地域企業は、国内

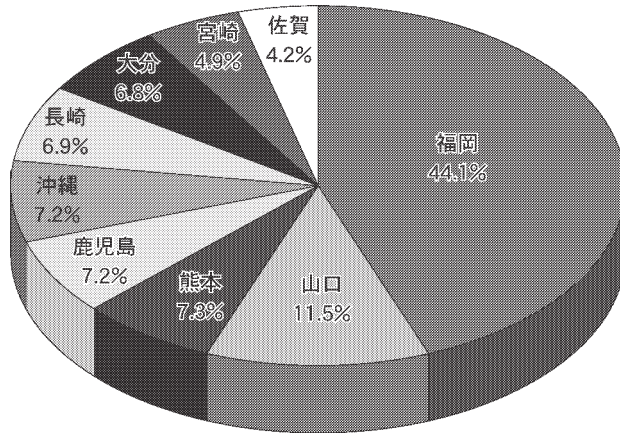


図3 調査対象企業（県別）の内訳

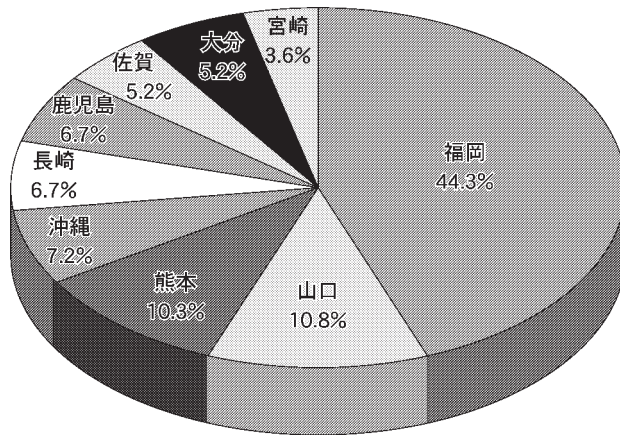


図4 回答企業（県別）の内訳

では地元九州や首都圏、近畿圏を中心に企業活動を展開していることがわかるとともに、地理的に近い位置にある東・東南アジアを中心した海外地域へも積極的に進出していることが確かめられた。このことは企業活動が九州に限定されず広範囲にわたっており、情報発信活動が企業活動全体の中で重要な位置を占めざるをえないことが暗黙的に把握できる。

次に、各企業において情報発信活動で利用されているIT製品・サービスについての質問

と、その結果を図10のグラフで示す。

貴社で利用されている情報通信に関する製品・サービスはどのようなものでしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可）

- (1)郵便・宅配便
- (2)固定電話（電報を含む）
- (3)FAX
- (4)携帯電話・PHS
- (5)IP電話・インターネット電話

情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究

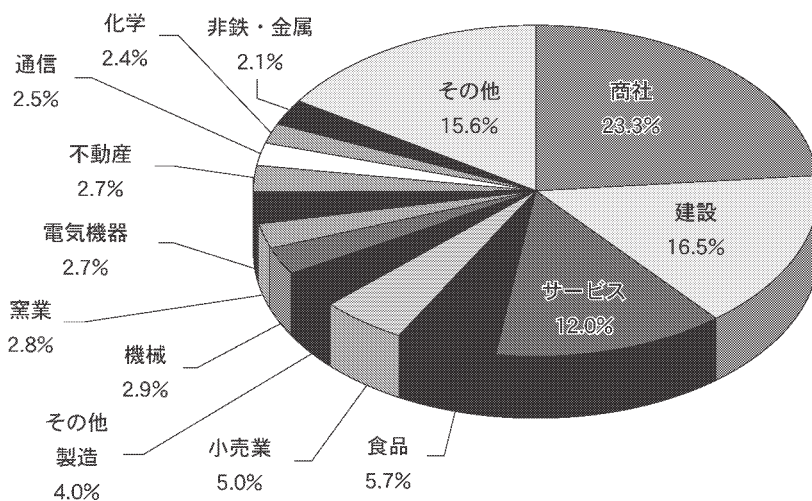


図 5 調査対象企業（業種別）の内訳

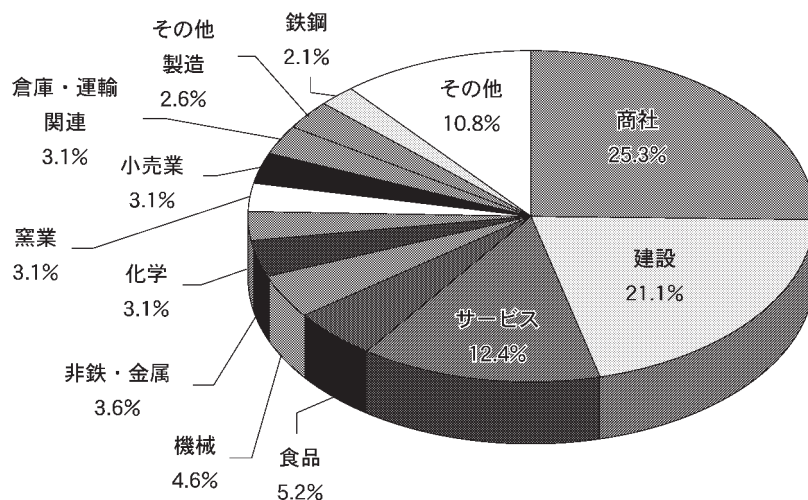


図 6 回答企業（業種別）の内訳

- (6)電子メール (7)ウェブページ
- (8)ブログ
- (9)インターネットメッセージャー (IM)
- (10)ダイヤルアップ接続
- (11)ADSL接続
- (12)FTTH (光ファイバー) 接続
- (13)無線通信接続 (14)専用線接続
- (15)LAN (16)VPN

- (17)データセンター (18)その他

この結果より、従来からの情報伝達手段である郵便・電話・FAX等が情報発信活動において引き続き利用されていることに加え、ウェブページや電子メールなど、企業活動において不可欠となりつつある、コンピュータネットワークと利用した情報伝達手段が確実

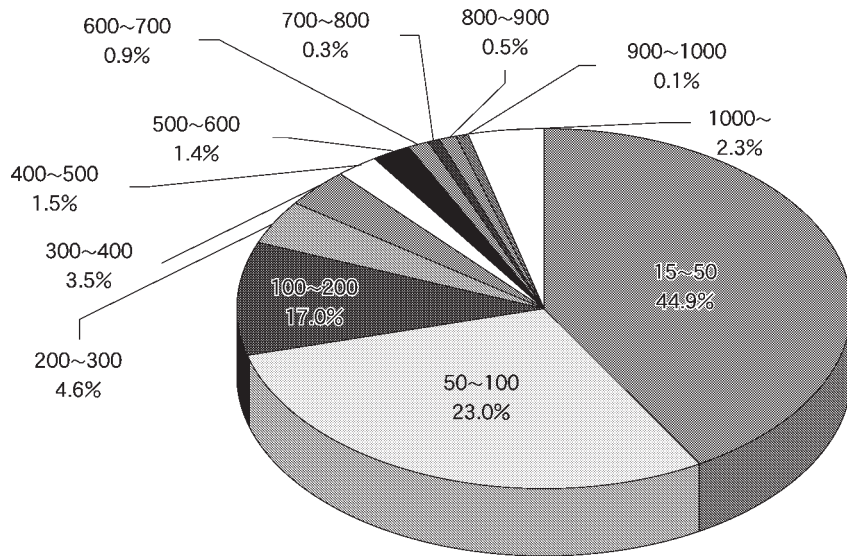


図7 調査対象企業（売上高，億円）の内訳

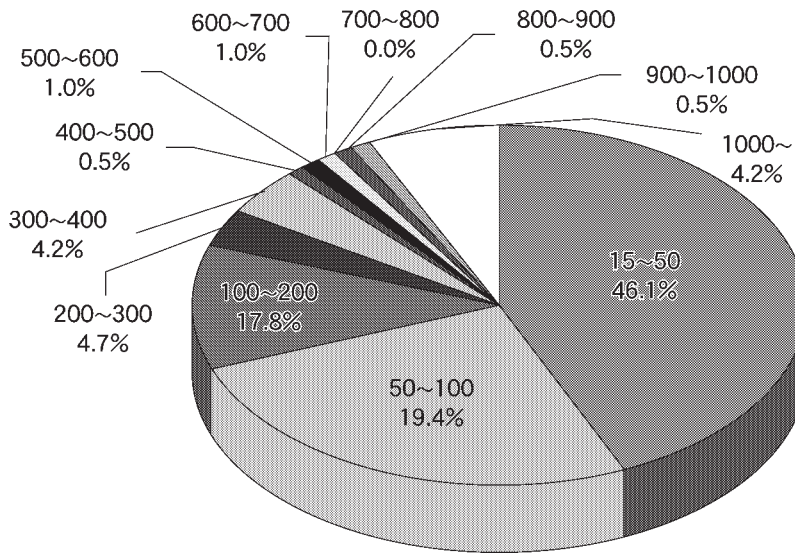


図8 回答企業（売上高，億円）の内訳

情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究

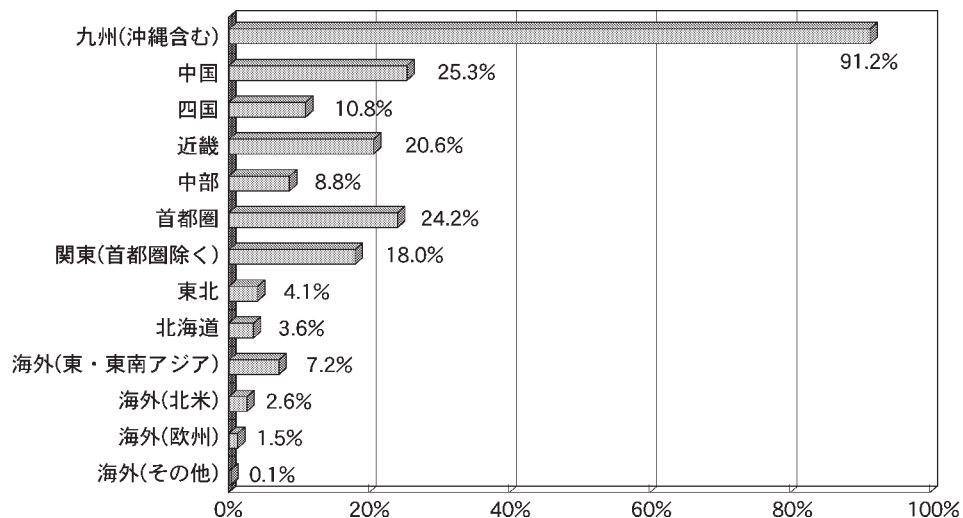


図9 各企業の主な活動地域（複数回答）

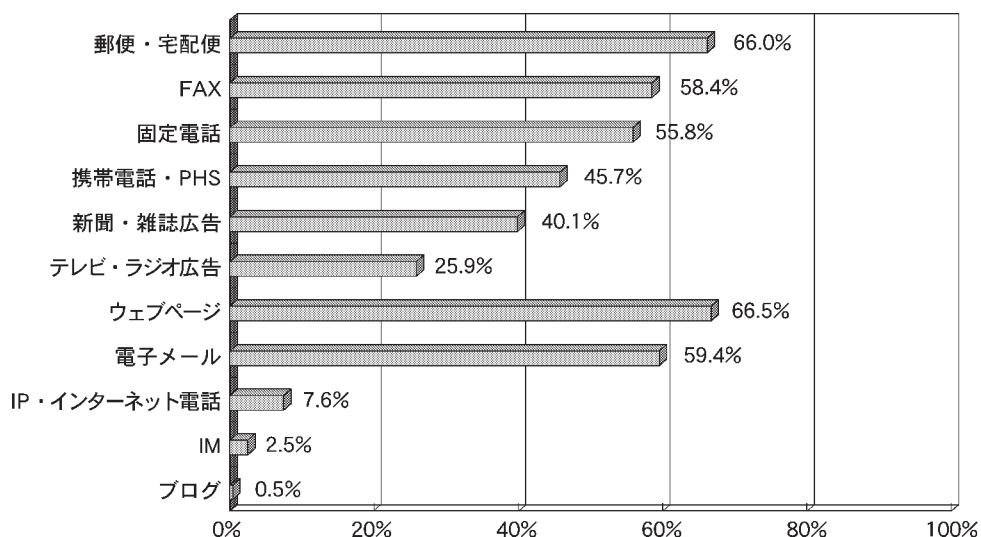


図10 情報発信活動における主なIT製品・サービスの利用（複数回答）

に普及していることがわかる。さらに、IP・インターネット電話やインスタントメッセージ（IM）、ブログ（ウェブログ）等、新たな情報通信技術を積極的に導入し、情報発信活動に利用している企業が増えつつあることがうかがえる。ただ、情報発信活動につい

てはどのIT製品・サービスについても、全体の3分の2を超える項目は存在しなかった。このことは、営業部署などを中心にヒューマンコミュニケーションを情報発信活動の柱と考えている企業が多いことを間接的に示しているものとも考えられ、特に注視すべき点で

ある。

続いて、各企業における情報発信活動の目的についての質問と、その結果を図11のグラフで示す。

貴社の企業外への情報発信活動の主な目的は何でしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。(複数選択可)

- (1)製品・サービスの紹介
- (2)自社の基本情報(会社概要・所在地等)の提供
- (3)取引先(一般消費者)とのコミュニケーション
- (4)取引先(企業・各種団体等)とのコミュニケーション
- (5)その他

この結果より、多くの企業が、情報発信活動を自社製品・サービスや企業情報の提供や取引先とのコミュニケーションと位置づけ、一般消費者とのコミュニケーションとは一線を画したスタンスを取っていることが推察できる。このことは、情報発信活動を企業全体で包括的にとらえて活動している企業の割合が少ないことを意味するとも考えられる。

また、図12のグラフでは、以下に示す各企業における情報発信活動の担当部署の有無に

ついでに質問の結果を示している。

貴社には情報発信活動を主な業務とする部署(広報等)はございますか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。(単一選択)

- (a)該当する(専門の)部署がある
- (b)該当する(他の業務と兼ねた)部署がある
- (c)該当する部署はない

この結果より、広報をはじめとする情報発信担当の専門部署が不在の状態である企業が6割弱を、そして総務あるいは営業部署の一部が情報発信を兼任で担当している(非専門の)企業が約3分の1を占めており、企業の情報化が、情報発信活動に活用できる組織体制が充分には確立できていない現状が見受けられる。このことは、企業独自の情報発信活動が十分にできない、“支店経済”に起因する九州地域企業の消極的な情報発信活動と密接に関係していると考えられる。

このような状況において、九州地域企業の一部には、一般的に首都圏等と比べ地理的に不利な状況に置かれている九州地域を地盤としながらも着実に活躍している企業が存在する。この種の企業の多くは、情報発信活動に積極的であり、このことが企業を支えている基盤となっている。次節では、九州地域企業

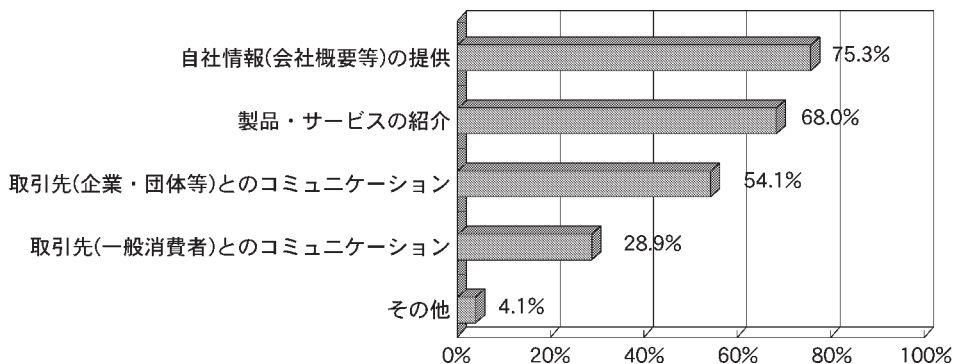


図11 情報発信活動の主な目的(複数回答)

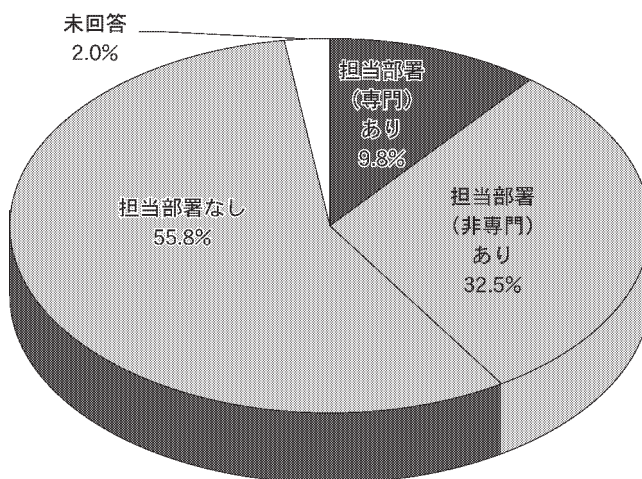


図12 情報発信担当部署の有無

のうち現在活躍めざましい通信販売業，食品製造業についての事例調査の結果を示す。

5. 九州地域企業による情報発信活動の先進事例

5.1. 通信販売業における情報発信活動

2005年3月，株式会社再春館製薬所（熊本市），株式会社ジャパネットたかた（長崎県佐世保市）をそれぞれ訪問し，各社の情報発信活動についてのヒアリング調査を実施した。両社ともに全国的に事業を展開している九州地域企業の代表的企業と言える。両社には下記のような共通点が挙げられる：

- 基本的に実店舗を持たない
- TV・新聞広告・ウェブサイトを用いた商品・サービスの積極的PR
- 電話・FAX・電子メールを用いた消費者とのコミュニケーション
- 各社特有の独自性を積極的に発信することによるブランド戦略の推進
- 広報担当部門と情報システム部門，そして経営陣との緊密なコミュニケーション

これらの点は，企業活動における地理的要因の悪影響を避けつつ，情報発信の観点から情報通信技術を活用している事例としてとらえ

ることができる。また，両社には次のような共通点も存在する：

- リスクマネジメントとしての情報発信
- 厳重な顧客の個人情報管理

これらの活動については，実店舗を持たない，情報に重きを置いた企業のいわば“アキレス腱”となりうるものである。加えて，両社とも非上場企業であり，上場企業と比較してIR情報をはじめとする企業自身の情報については公開度が決して高くないことを考え合わせれば，これらの活動の成否が今後の両社の企業活動にとって重要な要素となるであろう。

5.2. 食品製造業における情報通信活動

2005年3月，薩摩酒造株式会社（鹿児島県枕崎市），オリオンビール株式会社（沖縄県浦添市）をそれぞれ訪問し，各社の情報発信活動についてのヒアリング調査を実施した。薩摩酒造は焼酎を中心とした酒類の製造および全国規模での販売を行っているのに対し，オリオンビールはビールをはじめとする酒類および清涼飲料の製造と沖縄地域を中心とした販売を行っている地域密着型の企業である。両社には下記のような共通点が挙げられる：

- すでに顧客に浸透したブランド商品を持つ
 - 営業活動の一部において外部委託等を活用
 - 宣伝・PR・IR活動等の情報発信活動を、自社独自にウェブサイト等を利用して実施
- これらの点から、競合他社と戦える“武器（ブランド品）”を持ちつつ、情報通信技術を活用しながら自社の活動能力を情報発信に集中するという、情報発信の観点から九州地域企業のお手本となるべきもう1つの代表事例ととらえることができる。

6. 企業における情報発信支援システム

これまでに述べた、企業のコンシェルジュ型情報発信とその情報通信技術の活用において、特に重要な役割を果たすものがソフトウェアであり、ソフトウェアを中心に企業の情報発信における支援システム環境を整備するという新たな取り組みにより、コンシェル

ジュ型情報発信の実現が可能であると考えられる¹²⁾。具体的には、企業内の発信可能な情報の洗い出し／外部情報の取り込み、情報受信者に対して適切な情報のカスタマイズ／各種情報伝達手段の選択／情報発信のタイミング、発信情報の質の維持および責任の明確化を支援し、信頼性の高い情報発信が実現する。

図13に企業の情報発信の支援システムのモジュール構成を、続いて図14に支援システム内およびその周辺における情報の流れを示す。この情報発信支援システムでは、取り扱う情報を、その情報内容（コンテンツ）と、その情報の発信源や伝達経路に関する情報やコンテンツの有効期間などの付加情報、そしてコンテンツおよびすべての付加情報の内容を確認（認証）した部署／人物の情報を1つの組にした統一的形式で取り扱う。このような付加情報を合わせたコンテンツを扱うことで、コンテンツのトレーサビリティをできる限り

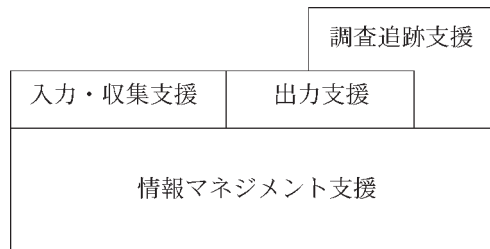


図13 支援システムのモジュール構成

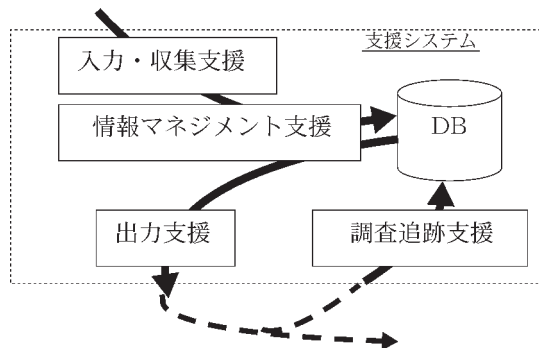


図14 支援システム内および周辺の情報の流れ

確保し、発信情報の信頼性の向上を図ることができる。

この情報発信支援システムは、図13に示すように、入力・収集支援／情報マネジメント支援／出力支援／調査追跡支援の4つのモジュール（ソフトウェア）から構成される。

• 入力・収集支援モジュール

このモジュールは、企業のIT活用レベル（設備や人材、投資金額など）に合わせて、情報入力のための複数のツール、例えば、電話やFAX、PCや携帯電話などの各種通信機器からの文字・音声・静止画像・動画などの各種情報（コンテンツ）を受け入れる機能やネット上の各種情報の収集機能を提供するとともに、前述の入力情報についてその発信源や入手経路、有効期間などの付加情報の入力を促し、入力・収集された情報の質や内容の信頼性を高める機能も提供する。また、情報入力者の本人認証の機能も提供することで、入力・収集された情報の間接的な内容認証を行う。さらに、情報提供者のITスキルに合わせて、代理人による情報入力機能も提供する。

• 情報マネジメント支援モジュール

このモジュールは、入力支援モジュールで受け入れた情報について、前述の形式に合わせて入力された情報（コンテンツとその付加情報）をデータベース化し、蓄えられた情報の探索機能や、そのコンテンツの付加情報を条件としたフィルタリング機能を提供する。また、データマイニング技術を利用したり、発信情報の原稿作成を支援したりすることで、新たな情報の創出を支援する。これらの機能を用いて抽出・創出された情報を出力支援モジュールへ提供する。さらに、蓄えた情報の信頼性を高めるために、調査追跡支援モジュールから受け取った調査・追跡結果とともに情報内容の検証機能を提供する。

• 出力支援モジュール

このモジュールでは、TV、新聞、雑誌、

フリーペーパー、広告チラシ、電話、ウェブ（対PC、対携帯電話）、FAXなど、多様な情報伝達手段に対応するために、情報の種類（文字、動画など）の選択やWAI（Web Accessibility Initiative）ガイドラインなど各種ガイドラインに準拠、あるいはブログやRSS（Rich Site Summary）など新たな情報発信技術に対応した出力情報のレイアウト作成、そして出力タイミングを情報発信者に事前通知する機能を提供する。加えて、電子認証機能を利用した出力情報の内容確認（保証）マークの提示も可能とする。

• 調査追跡支援モジュール

このモジュールでは、出力支援モジュールからの出力情報について、使用者や使用媒体の種類や使用頻度、内容確認（保証）マークの伝播状況などの使用実績に関する調査結果を情報マネジメント支援モジュールに追加する機能を提供する。主に電子掲示板などを想定し、どのウェブサイト上で使用されているのかを検索する機能を提供する。

これらの4つのモジュールについては、企業規模や企業内の情報通信設備、利用・管理する人材のITスキルのレベルなどに合わせて取捨選択を可能とし、より柔軟な支援システムが構築できる。このシステムを用いることで、企業における情報を統合的に管理し、かつ効率的な情報発信活動を企業全体で支援することができると思われる。

7. 企業によるコンシェルジュ型情報発信の新たな実践策

前節に引き続き、5節の調査結果をふまえた企業によるコンシェルジュ型情報発信の新たな取り組み方としての、現実的かつ実践的な対策案を提案する。この対策案については、今後の研究課題として、その有用性や実現性の検証が必要であると考えられる。

• 情報通信技術を中心とした複数の情報伝達

手段の強化・連携

—ステークホルダによる情報伝達手段の利用状況を把握した上で、複数の情報伝達手段を組み合わせ、相乗効果を狙った情報発信を実践

—多種の情報伝達手段を使って迅速な情報発信を実現するための情報発信支援システムの整備

この対策のポイントは、経営資源を企業内の情報化、特に情報システムの整備に利用する場合に、明確な目的を持たせて経営資源の効率的利用を促進することにある。

• 適切な発信情報の伝播を目的とした新たな専門部署の設置（あるいは既存の専門部署の機能強化）と他部署との連携強化

—専門部署による情報発信戦略の立案

—企業全体における情報発信機能の統合化

—経営陣との綿密な連携

—情報戦略統括担当（CIO）との強力な連携

—情報コンテンツの充実、付加価値情報の創造に注力

—情報発信に関するステークホルダとの新たな協力関係の構築

この対策のポイントは、取引先とのコミュニケーションや商品・サービスのPRそしてIR等、企業内で目的別に設置された各種部署に存在する経営資源を集中・統合し、効率的利用を促進することにある。

• 情報発信および情報通信技術に関する専門知識を持つ人材の確保および育成

—外部委託でなく自社独自に人材を確保

—情報セキュリティ対策を含む企業内情報の厳重な管理体制の整備および社内教育の実施

この対策のポイントは、発信する情報だけでなく、企業で取り扱うすべての情報を自社だけで適切に管理するために、経営資源の効率的利用を促進することにある。

• 情報発信活動に関する外部評価組織の設置

—ステークホルダおよび第三者を含んだ人

員構成

—経営陣との独立性を保持

—定期的な評価、および緊急事態発生時の迅速な助言・警告

この対策のポイントは、情報発信活動の自社だけではコンシェルジュ型情報発信のコンテンツ面での適切な評価は容易でないため、外部・第三者からのより客観的な評価を得ることにある。

8. おわりに

本研究では、現在の企業における情報発信の現状をふまえ、上記の情報発信に関する考え方を基盤としたコンシェルジュ型情報発信という、企業の情報発信に関する新たな概念とその取り組みについて提案するとともに、一般的に首都圏等と比べ地理的に不利な状況に置かれている九州地域を地盤として活動している企業（本稿では単に九州地域企業と呼ぶ）のうち、情報通信技術を活用して積極的に情報を発信している企業について、情報発信に関する経営・活動方針、組織形態、そして、企業活動における情報通信技術（関連するヒト・モノを含む）の具体的な活用方法の事例および企業活動全体の中での情報発信の位置付け（情報発信の重要度や他の企業活動との関連性）を調査し、その結果としての具体的な先進事例（モデルケース）を通して、企業が積極的かつ効果的に情報発信を行うために情報通信技術を活用していること、そして、ステークホルダに対してその発信情報についての責任を明確した情報発信活動に取り組んでいることを明らかにし、この事例が今後の九州地域企業のお手本とすべきであるという結論に至った。また、アンケート調査の結果を通して情報発信における情報通信技術の役割と、九州地域企業の活動における情報発信の重要性を明らかにした。

今後の課題としては、コンシェルジュ型情報発信に関する事例調査（アンケート調査、

ヒアリング)を引き続き継続して実施するとともに、業種別、取引形態別、地域別、組織種別(行政機関、NPOなど)に、コンシェルジュ型情報発信の詳細化・具体化を進める必要があると考える。その一環として、企業の情報発信支援システムや現実的かつ実践的な新たな対策案を提示した。

最後に、本研究を実施することにより、教育の面では、情報科学部での情報技術者の育成において、情報通信技術の専門知識・技術を学習させるのに加えて、応用事例を具体的に提示しより実践的な学習材料を提供でき、また、ソフトウェア工学の分野において、データベース処理やソフトウェア開発における企業の新たなニーズを収集し、新たな情報通信技術の活用を模索できたことも加えて述べておく。

謝辞

本研究において、九州産業大学産業経営研究所研究プロジェクト調査費の使用許可をいただいたことに対し深く感謝の意を表す。また、実施したアンケート調査において、ご協力ご支援いただいた株式会社再春館製薬所、株式会社ジャパネットたかた、オリオンビール株式会社、薩摩酒造株式会社をはじめとする九州地域企業各社、財団法人九州経済調査協会縄田氏、ならびに九州産業大学情報科学部稲永研究室学生(田中氏、森氏他)一同(敬称略、順不同)に対し深く感謝の意を表す。

注

- 注1) 株式会社日本総合研究所, “CSR(企業の社会的責任)とは”, <http://www.csrjapan.jp/csr/what/index.html>, (2004年3月3日存在確認)より抜粋
- 注2) 出所:三省堂提供「デイリー新語辞典」

参考文献

- 1) 株式会社日本総合研究所, 企業の社会的責任

- (CSR Archives), <http://www.csrjapan.jp/wording/ki.html>, (2004年3月2日存在確認)
- 2) 水尾順一, 田中弘司, CSRマネジメントステークホルダーとの共生と企業の社会的責任, 2004年5月
- 3) 稲永健太郎, “企業のコンシェルジュ型情報発信とその情報化”, 経営情報学会九州支部2003年度第1回研究会, 2003年7月
- 4) イオン株式会社, プリマム製品の取引停止について, 2003年2月1日, <http://homepage1.nifty.com/ja8mrx/ionn31.htm> (2003年7月28日存在確認)
- 5) 医薬工業協議会, ジェネリック医薬品とは?, <http://www.epma.gr.jp/generic%20something.htm>, (2003年7月28日存在確認)
- 6) 稲永健太郎, “組織による情報発信のIT化に関する一考察”, 第45回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.79-82, 2002年10月
- 7) 稲永健太郎, “行政機関による情報発信のIT化に関する一考察”, 第46回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.101-104, 2003年4月
- 8) 稲永健太郎, “企業の情報発信と情報通信技術に関する一考察”, 第47回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.133-136, 2003年9月
- 9) 稲永健太郎, “企業の情報発信とCSRに関する一考察”, 第48回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.81-84, 2004年5月
- 10) 財団法人九州経済調査協会, 九州経済白書2005年度版「地方発新規事業への挑戦」, 2005年2月
- 11) 稲永健太郎, “情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する事例研究”, 第50回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.145-148, 2005年5月
- 12) 稲永健太郎, “企業における情報発信支援システム環境の設計”, 第49回オフィス・オートメーション学会全国大会予稿集, pp.145-148, 2004年9月

付録

本研究で実施したアンケート調査の詳細（電話番号や回答入力欄など一部の情報については割愛）

「情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究」アンケート調査回答用紙

今回、広報をはじめとする企業の情報発信活動についてのアンケート調査を、九州地域を中心にご活躍されている企業様を対象に実施させていただくこととなりました。全部で9つの設問を用意させていただいております。回答時間はおおよそ10～15分程度いただきますが、何卒ご協力のほどよろしく願いいたします。なお、本アンケート調査における調査結果は統計的に処理され、個別の回答結果が外部に公開されることはございません。

まず、確認のために、貴社名と本アンケート調査依頼状に記載しておりますアクセスコードを各欄にご記入下さい。

- 貴社名
- アクセスコード

最初に、貴社の活動地域についてお尋ねします。

Q1. 貴社の主な活動地域（貴社の営業拠点や取引先など、貴社のあらゆる企業活動に関わる地理的範囲）はどちらでしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可、最大3つまで）

- (1)九州・沖縄地方 (2)中国地方 (3)四国地方 (4)近畿地方 (5)中部地方 (6)首都圏 (7)関東地方（首都圏を除く） (8)東北地方 (9)北海道地方 (10)海外（東アジア・東南アジア地域） (11)海外（北米地域） (12)海外（欧州地域） (13)海外（その他の地域）

次に、貴社における情報化（IT化）の状況・取り組みについてお尋ねします。

Q2. 貴社で利用されている情報通信に関する製品・サービスはどのようなものでしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可）

- (1)郵便・宅配便 (2)固定電話（電報を含む） (3)FAX (4)携帯電話・PHS (5)IP電話・インターネット電話 (6)電子メール (7)ウェブページ (8)ブログ (9)インターネットメッセージャー (10)ダイヤルアップ接続 (11)ADSL接続 (12)FTTH（光ファイバー）接続 (13)無線通信接続 (14)専用線接続 (15)LAN（Local Area Network） (16)VPN（Virtual Private Network） (17)データセンター (18)その他

「(18)その他」を選択された場合は、具体的な製品・サービス名を下欄にご記入ください。

Q3. 貴社での情報化（IT化）を推進している部署はございますか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください（単一選択）

- (1)該当する（専門の）部署がある
(2)該当する（他の業務と兼ねた）部署がある
(3)該当する部署はない

「(1)該当する（専門の）部署がある」「(2)該当する（他の業務と兼ねた）部署がある」のいずれかを選択された場合は、具体的な部署名や現状（配置人員数、ITスキルの程度等）を簡潔に下欄にご記入ください。

続いて、貴社の情報発信活動の状況・取り組みについてお尋ねします。

Q4. 貴社の企業外への情報発信活動の主な目的は何でしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可）

情報通信技術を活用した九州地域企業の情報発信に関する研究

- (1)製品・サービスの紹介
- (2)自社の基本情報（会社概要・所在地等）の提供
- (3)取引先（一般消費者）とのコミュニケーション
- (4)取引先（企業・各種団体等）とのコミュニケーション
- (5)その他

「(5)その他」を選択された場合は、具体的な目的を下欄にご記入ください。

Q5. 現在、貴社の企業外への情報発信活動で利用されている手段・サービスはどのようなものでしょうか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可）

- (1)郵便・宅配便
- (2)固定電話（電報を含む）
- (3)FAX
- (4)携帯電話・PHS
- (5)テレビ・ラジオ広告
- (6)新聞・雑誌広告
- (7)IP電話・インターネット電話
- (8)電子メール
- (9)ウェブページ
- (10)ブログ
- (11)インターネットメッセージ
- (12)その他

「(12)その他」を選択された場合は、具体的な手段・サービス名を下欄にご記入ください。

Q6. 今後、貴社の企業外への情報発信活動で新たに利用したい手段・サービスは？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（複数選択可）

- (1)郵便・宅配便
- (2)固定電話（電報を含む）
- (3)FAX
- (4)携帯電話・PHS
- (5)テレビ・ラジオ広告
- (6)新聞・雑誌広告
- (7)IP電話・インターネット電話
- (8)電子メール
- (9)ウェブページ
- (10)ブログ
- (11)インターネットメッセージ
- (12)その他

「(12)その他」を選択された場合は、具体的な手段・サービス名を下欄にご記入ください。

Q7. 貴社には情報発信活動を主な業務とす

る部署（広報等）はございますか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（単一選択）

- (a)該当する（専門の）部署がある
- (b)該当する（他の業務と兼ねた）部署がある
- (c)該当する部署はない

「(a)該当する（専門の）部署がある」「(b)該当する（他の業務と兼ねた）部署がある」のいずれかを選択された場合は、具体的な部署名および現状（配置人員数、情報化推進部署と連携した活動等）を簡潔に下欄にご記入ください。

Q8. 貴社には情報発信活動についての何らかの独自の方針や対策をお持ちですか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（単一選択）

- (a)該当する方針・対策を持っている
- (b)該当する方針・対策を持っていない

「(a)該当する方針・対策を持っている」を選択された場合、その具体的内容について簡潔に下欄にご記入ください。

Q9. 他社の情報発信活動において、手本・参考にしている（したい）企業がございますか？下記選択肢の中から該当するものの記号を○印で囲んでください。（単一選択）

- (a)該当する企業がある
- (b)該当する企業はない

「(a)該当する企業がある」を選択された場合、その企業名とその活動内容を簡潔に下欄にご記入ください。

以上で本アンケート調査は終了です。ご回答ありがとうございました。

森林と住のグリーンマネジメント in 九州（下）

国 狭 武 己
江 口 傳

「上」「中」「下」と報告を重ねるにしたがって、次第に森林と住（人間生活）との関連が明らかになってくる面と、さらに疑問がわいてくる面が錯綜してきたように思われる。

森林の多面的な公益的機能が重要であることが世の中に次第に認められるようになってきたが、その認識とそれらの機能を維持していく実践とは必ずしも一致していない。そのため、森林の公益的機能を維持・向上させるための森林・林業に関する理論と実践に関する研究は今後ますます重要となってくるであろう。

また森林の生態系としては最も典型的な原生林に関する研究は、特に生物多様性を保存する観点からも、きわめて重要な研究である。

本報告の最終報告として、われわれは以下のようなテーマで取り組み、報告した。

第I編 森林・林業—九州を中心として—（下）（執筆担当：国狭武己）

本編では、九州7県のうち、まだ取り組んでいなかった福岡県・佐賀県・長崎県について調査研究の結果を報告している。ここでは、①各県の全体的概況、②各県の森林・林業概況、③林政概況、④林業労働力概況、⑤県産材供給・需要動向、⑥森林組合、⑦森林吸収源対策などについて調査研究・報告している。

第II編 屋久島の生態系の形成と維持（下）—森林を中心として—（執筆担当：江口 傳）

本編では、原生林を残している屋久島の森林生態系の変動とその維持に関するものであるが、特に昭和54（1979）年9月末の台風16号の異常豪雨による森林等災害（山地の崩壊、土石流の発生とそれによる民家の流失や損壊等）に焦点を合わせたもので、その原因究明に関する調査研究である。

本調査研究が、われわれ自身に森林・林業や生態系に関する知識をかなり深めさせたことは筆者たちの大きな喜びであった。しかしそれだけでなく、読者に森林や生態系に少しでも関心を持っていただけるようになれば、それは筆者たちの、この上ない喜びである。

報告書を書き上げた今思うに、世界の森林、日本および九州の森林がこれからどのようになっていくのか、非常に深い関心を持たざるを得ない。特に、CO₂吸収源としての森林機能が十分に達成されることを祈る。また屋久島の原生林が今後、伐採されることなく、世界自然遺産としてしっかり保全されていくことであろうが、ひいては、世界の原生林についてもその完全保全を祈る。

われわれは、それぞれの調査研究を進めるにあたり、資料や情報を現地（県庁、市町村役場、森林組合・木材協同組合・木材市場・木材製材所等林業関連事業体、鹿児島地方裁判所、九州大学法学部、屋久島現地等）に赴いて収集した。現地の方々は訪問・インタビューを快諾され、貴重な資料をいただくことができた。また、電話・FAX等による問い合わせなども行った。ご協力いただいた関係者に、この場を借りて、厚くお礼申し上げたい。

また本調査研究は、産業経営研究所のプロジェクトとしては、平成14（2002）年度・単年度のものであったが、調査研究は今年度を入れて4年間、報告は今年度を入れて3年度（3回）に及んだ。本来ならば、1回の報告のみで終わらなければならないところを、3回に分けて報告することをご快諾いただいた産業経営研究所の所長を始め、関係者各位に厚くお礼申し上げたい。

第 I 編 森林・林業——九州を中心として——（下）

国 狭 武 己

総目次

「上」の目次

はじめに

1. 世界の森林の概況
2. 日本の森林・林業の概況
3. 九州の森林・林業の概況
4. 鹿児島県の森林・林業
5. 宮崎県の森林・林業
6. アンケート結果について

「中」の目次

はじめに

1. 国の森林整備事業の概要
2. 地球温暖化防止（京都議定書）と森林
3. 熊本県の森林・林業
4. 大分県の森林・林業

おわりに

「下」の目次

はじめに

1. 福岡県の森林・林業
 - 1.1 はじめに
 - 1.2 福岡県の森林・林業の地理的概況とゾーニング
 - 1.3 森林・林業および県林政の概況
 - 1.4 福岡県の森林組合の動向と総利益等の相関分析
 - 1.5 おわりに
2. 佐賀県の森林・林業
 - 2.1 はじめに
 - 2.2 佐賀県の森林・林業の概況
 - 2.3 県林政の概況
 - 2.4 森林成長量と素材生産量の概況
 - 2.5 木材供給体制の整備について
 - 2.6 林業労働力の育成確保への取組
 - 2.7 森林組合の動向と経営実態の概況
 - 2.8 佐賀県森林吸収源対策推進プランの概要
 - 2.9 おわりに
3. 長崎県の森林・林業
 - 3.1 はじめに
 - 3.2 長崎県の森林について
 - 3.3 森林の現状と課題

3.4 林業・木材産業の現状と課題

3.5 農山村の現状と課題

3.6 長崎県の森林吸収源対策推進プラン

（平成15年9月4日策定）[3-20]の概況

3.7 おわりに

おわりに

はじめに

本報告の「上」（『産業経営研究所報』第36号，2004年3月）で鹿児島県と宮崎県の森林・林業について、「中」（同報，第37号，2005年3月）で熊本県と大分県の森林・林業についてみてきた。九州7県のうちのあと3県すなわち福岡県・佐賀県・長崎県の森林・林業について調査研究したものを，当「下」において報告したい。

ところで，かつて，いまほど森林・林業の重要性が叫ばれたことがあったであろうか。

その第1の要因は，林業の低迷である。貿易の自由化あるいは国際化に伴って安い素材や木材製品が輸入されることにより，国産材価格が圧迫され，低迷しているのが最大の原因と思われる。自由化・国際化という流れをいまさら逆流させることは不可能であろう。とすると，林業が国際競争力をつけなければならぬということになるのか。それとも，視点を変えた新しいコンセプトによる林業活性化策があるのか。こういった疑問が生じてくる。

また第2の要因は，地球温暖化等の環境問題における森林の重要性や森林がもつ公益的機能の重要性がクローズアップされたことである。

けれども，重要性が叫ばれたからといって，

ことが上手く進行しているかといえ、必ずしもそうではない。依然として林業は低迷し続け、森林は劣化への道を進んでいるようにも思われる。行政はどのような手を打っているのか、また森林・林業の実態はどうなっているのか、各県はいかに取り組んでいるのか、高い関心が生じる。

もちろんすべての事項を明らかにすることはできないので、筆者の関心のあるところにしたがって調査研究を進めている。その関心も調査研究が進むにつれて変化している。たとえば、後のほうになって森林組合に対する関心が高まってきた。

この「下」では、次のような事項に関心をもって進めている。

(1) 各県の全体的特徴や概況

特に森林の地理的位置とか森林・林業に関する歴史または伝統や文化などである。

(2) 各県の森林・林業の概況

森林面積とか森林率、公益的機能区分による森林面積や地域の森林区分の特徴、林齢級別材積や材積成長率などである。これらについての他県や全国比較にも関心があった。

(3) 各県の林政概況

各県はどんなビジョンや計画の元で林政を進めているのか、どんな点に力点を置いているのかなどに関心があった。

(4) 林業労働力育成確保の必要性和対策

林業労働力の減少の実態、雇用事業体との関連性、行政支援のあり方、林業事業体や行政の林業労働力確保対策の実態やあり方などである。

(5) 木材需要の動向と県産材需要拡大対策

外材・他県産材・県産材別の需要動向とか用途別の需要、また生産・流通・加工などの木材供給経路の実態に関心があった。

(6) 森林組合の経営実態

特に組合員所有森林面積の規模、組合員数、事業内容、利益などの分析から経営実態の把握を試み、広域合併の必要性にアプローチしてみた。

(7) 森林のCO₂吸収源対策

具体的にどんな手が打たれているのか高い関心があった。(福岡県では、まだ当該計画書は出来上がっていないということであった。)

以上のような関心事項を中心に、福岡・佐賀・長崎各県の森林・林業の実態を明らかにしたいというのが、当調査研究書の目的である。

1. 福岡県の森林・林業

1.1 はじめに

福岡県は筆者在住県で平日頃から本県の森林・林業に関心がありながら、なかなか調査を進めることができなかった。いつでも調べられるという甘い気持ちがあったからである。調べているうちにその実態が少しずつわかってきた。

福岡県の森林・林業の実態を把握するために、まず福岡県の森林・林業の地理的概況、ゾーニングの地域的（農林事務所別）特性を調べ、検証した。次に、本県の森林面積・材積等の実態および県林政の概況を把握した。最後に、森林・林業に最も重要な影響力を持つ森林組合の動向ならびに森林組合の事業総利益、組合員所有森林面積等に関する相関分析を行い、所有森林面積当たり利益の意義の重要性を指摘した。

1.2 福岡県の森林・林業の地理的概況とゾーニング

1.2.1 森林・林業と木製家具産業の伝統

森林面積で見れば、確かに福岡県の比率（森林率）45%は低い。けれども、福岡県の森林・林業は、他県・他地域に劣らない歴史・伝統と重要性を持っている。

昔は、筑後川の下流域にある大川家具工業地域に、丸太をいかだに組んで、筑後川を利用して、上流・中流域の山林から供給していた。

森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)

たが、いまは、大川家具は外材がほとんど(90%程度)で地域材は使われていない[1-1]。

いかだ流しがなくなっても、大川の木製家具産業という伝統は今も生き続けている。また上流・中流域の木材生産という伝統も生き続けている。

また福岡県は木材大消費地で、地産地消という観点からも地域林業の意義は大きい。

1.2.2 森林の地理的概況

筑後川の中流域に新市「うきは市」があり、そこに福岡県森林組合連合会(県森連)の木材市場がある。県森連には、黒木町(うきは市から星野村を挟んだところにある)に、もうひとつ木材市場がある。黒木町には矢部川が流れ、有明海に注いでいる(この川は筑後川の支流ではない)。このように2つの木材市場があるということは、概して、この地域(浮羽郡・八女郡山間部・耳納山脈・筑肥山地)は、林業が盛んな地域であると思われる。

ところで、福岡県で最も森林が多い地域は、この浮羽・八女地域ではない。それはもっと北部に位置する筑紫山地である。こちらは、南部の山地に比べて、地形が急峻なところが多い。南部山地と北部山地を分かち形で流れているのが筑後川である([1-2] p.12, その他、地図参照)。

1.2.3 森林のゾーニング(公益的機能別区分)

福岡県のゾーニングの特徴としては、水土保持林がかなり多く、循環林が少なくなっている(表1-1)。

1.2.4 地域別のゾーニングと特徴

(表1-2)

予想通りだったのは、共生林が多いのがやはり大都市のある福岡農林15.7%と八幡農林14.1%であった。また、南部山地を含む筑後農林の循環林率が高かったこと(10.8%)、北部山地を含む甘木農林(一部南部あり)の循環林率が低かったこと(3.7%)である。

予想が外れたのが、木材市場のある、うき

表1-1 福岡県公益的機能別森林区分

(単位: ha, %)

	水土保持林	共生林	循環林	計
面積	164,001	16,352	15,097	195,450
比率	83.9	8.4	7.7	100.0
全国	(68.7)	(6.9)	(24.4)	(100.0)

(注) 福岡県(民有林)はH17.4.1現在、全国(民有林)はH14.3.31現在。

(出所) [3], [4] p.140.

表1-2 地域別ゾーニング

(単位: ha (上段), % (下段))

事務所	水土保持林	共生林	循環林	計
筑後農林	30,343 84.3%	1,732 4.8%	3,899 10.8%	35,974 100%
甘木農林	24,689 94.1%	574 2.2%	962 3.7%	26,225 100%
福岡農林	32,32,7 80.0%	6,339 15.7%	1,718 4.3%	40,384 100%
飯塚農林	36,586 79.3%	4,189 9.1%	5,352 11.6%	46,127 100%
八幡農林	15,206 82.7%	2,586 14.1%	602 3.3%	18,395 100%
行橋農林	24,849 87.7%	933 3.3%	2,564 9.0%	28,346 100%

(出所) [1-3]

は市(浮羽町+吉井町:甘木農林管内)に循環利用林がなかったことである。また北部山地を含む飯塚農林の循環林率が高かったこと(11.6%)である。民有林の多い北九州市(民有林15,924ha)は循環林はゼロであるが、共生林が多い(11.1%)。次いで民有林の多い添田町(民有林10,124ha,森林率80%以上)は英彦山・英彦山神社で有名であるが、循環林ゼロで、共生林はわずか0.6%である。なお、本県の全水土保持林の78%が保安林である[1-5]。

1.3 森林・林業および県林政の概況

1.3.1 森林と森林計画の概況

旧市町村で見て、森林率80%以上の市町村は5つ（矢部村，星野村，宝珠山村，小石原村，添田町）ある。60%以上80%未満が20ある。40%以上60%未満は14ある。ついで、20%以上40%未満は31，20%未満26ある（旧市町村数計96）（県計森林率45%）。大都市・北九州市は40%以上60%未満で，福岡市は20%以上40%未満である。20%未満集中地域は，筑後川下流域（筑紫平野部）である。（[1-2] p.12）

本県は森林資源（材積）の蓄積量が増加し，平成15年度民有林で約41,593千m³（1ha当たり213m³）に達し，平均林齢では9齢級となっている（年間成長量=1ha当たり約6m³）（[1-2] p.13）。したがって，伐採計画も大きく上がっている。「平成14～23年度」などの10年間計画の県全体平均で見ると，針葉樹の主伐・間伐合計の年間平均伐採立木材積は374,500m³/年となる（[1-6] p.16）。この量を民有林・人工林・針葉樹林面積126,121ha（[1-6] p.12）で割ると，成長量の半分の約3.0m³/年haとなる。

1.3.2 林業労働力の確保

(1) 全国の林業就業者数等

全国で林業就業者は減少し続けている。これに対処するため，国は「緑の雇用担い手育成対策事業」を実施し，平成15年には4千人超の新規就業者を確保した。しかし，ある調査によると，新規就業者のうち4～7年後なお林業に従事している者は55%に過ぎなかった（[1-7] p.15）。

福岡県も当事業（1年間の実地研修）を推進し，森林組合等に対し「緑の研修生」の積極的な受け入れを促した（[1-8] p.5）。その内容は「一般研修（集合研修20日間）（県森連実施），OJT研修（実践研修180日間）（各受け入れ森林組合実施）計200日間の研修である。平成15年度は，9組合が33名の研修生を受け入れ1年間の研修を実施し，内25名が

正式採用された。平成16年度は，7組合で18名の研修生を受け入れ，内14名が正式採用された [1-8]。

(2) 福岡県の林業従事者数（表1-3参照）

福岡県の林業従事者数の減少率は全国よりもずっと多い（全国H12/H2=62.0%，福岡県同比=40.4%）。林業従事者のほとんどが「自営林業が主」である。

表1-3 福岡県の林業従事者数

（単位：人）

	1980年	1990年	2000年
自営林業が主	22,744	11,240	4,533
雇われ林業が主	1,945	808	338
計	24,689	12,048	4,871

資料：世界農林業センサス

（注）林業従事者：臨時雇用やアルバイトなどを含む。

（出所） [1-6] p.112.

一方，本県の林業就業者数の9割は，森林組合の雇用または森林組合からの作業の請負（主として個人事業主）である（[1-9] p.3）点は，注意を要する。

(3) 福岡県の林業労働力対策

（[1-6] pp.110-111）

① 林業労働安全衛生指導体制強化事業

一般に林業労働の安全衛生性はそれほど高くない。これを改善することは林業労働力確保の点からも大きな課題である。平成15年度「安全巡回指導」が林業・木材製造業労働災害防止協会（林災協）福岡県支部により実施された。指導員21人が投入された。

② 林業事業体等安全衛生推進体制強化事業

林業で使用するチェーンソーなどの振動によって生じる振動障害問題に対処するのが，この事業の課題となっている。本県は，健診事業および予防対策事業を実施している。

③ 林業労働力確保支援センター事業

（実施主体は財福岡県水源の森基金）

本県では，林業労働力確保のため，同センターが平成10年4月1日設置され，雇用管理

森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)

の改善指導，新規就業希望者への情報提供と相談，研修事業，高性能林業機械貸付斡旋事業等を行っている。平成15年度研修事業では，林業作業士（グリーン・オペレーター）育成研修および安全研修（安全作業に係る基本動作の習得）を実施している。

ところで，[1-9] (p.2) では若年労働力の減少理由として，以下の4つをあげている。

- (a) 農山村における生活環境整備の遅れ
- (b) 林業労働の環境・作業内容の特殊性と低賃金性
- (c) 雇用関係や労働条件の不明確性，社会保障制度等の適用の立ち遅れ
- (d) 林業事業体の経営基盤の脆弱性

本県の林業就業者数の9割は，森林組合の雇用が関係しているが，今後もこの雇用特質は変わらないであろう。だとすると，森林組合（最大の林業事業体）がしっかりしなければ，安定した雇用と林業就業者数増の見込みは望めない。

県としては，基本的には，

- (i) 林業労働力確保支援センターの効果的展開：林業への就業の円滑化
- (ii) 森林組合の広域的合併の推進：雇用管理の改善
- (iii) 事業の合理化：路網整備，高性能林業機械貸与等，間伐等施業への各種補助制度の効果的展開

を柱として，林業就業者確保の政策を進めている。

(i)について：同支援センターは雇用情報の提供・相談，事前職場見学会，職業講習会，県森連主催研修会への参加促進，委託募集等を行っている [1-9]。

(ii)について：事業主の雇用改善策としては，雇用管理体制の整備（管理責任者の明確化等），雇用契約か請負契約かの明確化，就業規則の整備，月給制の導入，労働・社会保険の完備（労働条件の改善），福利厚生の充実（労働安全衛生対策）等を促進している

（[1-2] p.46, [1-9]）。

(i)について：林道密度の整備状況は表4のとおりで，福岡県の林道密度はかなり高いほうである。

表1-4 九州各県および全国の林道密度
(単位：m/ha)

福岡	佐賀	長崎	大分	熊本	宮崎	鹿児島	全国
9.4	12.2	6.9	4.9	4.6	5.9	6.1	4.8

(注) 大分・熊本・宮崎・鹿児島・全国はH12年度末現況（認定），佐賀はH13年度末現況，福岡・長崎はH15年度末実績

(出所) [1-10]

1.3.3 木材需要の動向と県産材への需要拡大対策

(1) 木材需要の動向

木材（素材＝丸太）需要は，平成2年以降，減少傾向にあり，平成2年対15年比では約1/3にまで減少している。なお従来多くは外材であったが，最近は国産材率や県産材率が増え，それをある程度維持している。平成15年次の内訳で，国産材率約50%，県産材率約16%である（[1-2] p.67, [1-6] p.99）。

木材需要は減少傾向にあるが，平成15年次増加しているため，県産材需要の先行きは不透明である。ただし，木材（素材）価格が平成9年次以降，着実に減少しているため，今後の需要額としては，やはり減少傾向にあると思われる。

表1-5 木材（素材＝丸太）価格の推移
(単位：円/m³)

	H11年次	H13年次	H15年次
スギ	21,400	17,400	13,900
ヒノキ	42,700	37,300	29,000

(出所) [1-6] p.100.

(2) 県産材への需要拡大対策

（[1-2] pp.66, 68）

- ① 県産材証明制度
- ② 県民への「木材利用」の普及啓発

- ③ 住宅部門への県産材利用の推進
- ④ 公共部門への県産材利用の推進
- ⑤ 県産材の製品・流通情報の需要者への提供
- ⑥ 用途の拡大
- (3) 安定供給体制の整備 ([1-2] p.70)
- ① 乾燥材供給の推進
- ② 木材流通の合理化
- ③ 表面割れが少なく短期間で乾燥ができる福岡方式乾燥システムの普及
- ④ 乾燥材を主体とした品質の明確な製品の安定供給体制の整備
- ⑤ 素材生産者・製材所・建築士・工務店をつなぐネットワークづくり

1.4 福岡県の森林組合の動向と総利益等の 相関分析

福岡県の森林組合は、昭和38年に51組合あったものが、6回の合併推進期間を経て、平成16年3月末現在29組合となっている([1-11] p.7)。これを平成24年度までに、さらに減らして、6組合にするのが県の目標である。これは、経営規模の拡大による経営基盤の強化が目的である。

1.4.1 森林組合の主要指標 (表1-6)

「1組合当たり平均」で見ると、福岡(15年度)と全国(14年度)比較では、福岡県の組合員所有森林面積(以下、「所有面積」)がかなり小(全国比37.9%)、払込済出資金額も比較的小(全国比68.7%)であるが、事業損益では57,012千円(全国比86.9%)である。けれども組合員1人当たりで見ると、福岡県の組合は全国と比較して好成績をあげている(全国39.1千円/人、福岡県は51.1千円/人)。([1-11] p.1)

1.4.2 森林組合の平成15年度事業損益等

これはかなりのバラツキがある(平均57,012千円、標準偏差62,490千円)。損失の組合はないが、事業総利益(以下「利益」)が100万円未満の組合が4つある。他方、1000万円以上利益の組合は8つある。

一番大きな利益をあげているのは八女森林組合で、その利益は約2億5千万円余である。同組合は他組合に比べて所有面積(約2万ha)が突出して大きい。最も利益が少なかったのは夜須町森林組合(利益312千円)であるが、同組合の所有面積は1.14千ha、2番目に少なかったのは岡垣町森林組合で利益331千円、所有面積は1.70千haで、これら

表1-6 森林組合の主要指標

	単位	14年度	15年度	対前年 15/14	1組合当たり平均		全国比 県/全国	
					福岡 15年度	全国 14年度		
組合員所有面積	ha	124,922	125,801	100.7%	4,338	11,445	37.9%	
組合員数	人	32,363	32,333	99.9	1,115	1,679	66.4	
払込済出資金額	千円	1,002,638	1,032,032	102.9	35,587	51,833	68.7	
事業部門	総収益	千円	4,835,750	5,057,471	104.6	174,396	272,646	64.0
	総費用	千円	3,293,958	3,404,125	103.3	117,384	207,067	56.8
	総損益	千円	1,541,792	1,653,346	107.2	57,012	65,579	86.9
作業班員数	人	246	270	109.8	9.3	27.7	33.6	
60歳以上の割合	%	54.1	51.1	△3.0	—	44.4	—	

(注) 全国平均の数値は、林野庁経営課編「平成14年度森林組合統計」による。

(出所) [1-11] p.1.

の組合は確かに所有面積が少ない。

ところがもっとも所有面積が少ない組合は結構ある。しかしこれらの組合は夜須町組合・岡垣町組合に比べて高い利益をあげている。最少所有面積の組合は古賀市で440ha、利益1,368千円 ([1-11] pp.11-12)。

したがって、面積の大きい組合が高い利益をあげているとは必ずしも断定できないが、概して、大きい組合が高い利益あげていると言えそうである。

1.4.3 事業総利益等と所有面積との相関分析

そこで、森林組合の利益と所有面積の相関係数を取ってみると0.88であった。しかし、所有面積と面積当たり利益との相関係数は0.31でしかなかった。確かに所有面積が大きいほど高い利益をあげているが、所有面積が大きいからといって必ずしもスケールメリットが生かされているとは言えない。さらに、利益と面積当たり利益の相関をとると、0.65であった。かなり高い相関である。([1-11] pp.11-12,21-22)

1.4.4 森林面積当たり最高利益の森林組合の場合

当該組合・大平森林組合は32,330円/haをあげている。所在地は福岡県最東部大分県境・築上郡大平村にある。所有面積3,142ha (29組合全体の平均は4,338ha) で平成15事業年度総利益101,581千円をあげた。当組合の事業：指導・販売・購買・利用・金融の各利益(収益-費用)は、12,524千円、17,832千円、2,496千円、68,646千円、83千円で、うち最も大きい利益をあげているのが利用事業、その次が販売事業、…であるが、利用事業が突出している。そこで利用事業の内訳を見ると、利用事業には、造林・保育・治山・調査・林業機械利用料などがあるが、これらのうち大きいのは前の3つで、中でも保育が最も大きい ([1-11] pp.21-22,37-4)。以上から言えることは、当該組合が何か特別なことをしているということではなく、林業活動

が盛んであるという、当然のことであった。

1.5 おわりに

本福岡県調査において、認識を新たにした点あるいは明確になった点は以下の点である。①福岡県の山林は地形的に筑後川を境に南北に分かれていること。政令都市を2つも持つ福岡県としては、②意外に森林率が高く、材積蓄積が進んでいること。最近10年間の伐採計画(年平均で約3m³/ha)は木材成長量の約半分である。また本県は③林業労働力確保対策および④木材需要拡大対策に積極的取り組みをしている。最後に、本県の全森林組合(29組合)に関する相関分析により以下のことが明らかとなった。⑤事業総利益と組合員所有面積との相関係数は0.88、所有面積と面積当たり利益との相関係数は0.31、総利益と面積当たり利益との相関係数は0.65であった。⑥好成績の森林組合は林業が盛んであったということ。

2. 佐賀県の森林・林業

2.1 はじめに

佐賀県は九州で県土面積が一番少ない。九州でもっとも人口の多い福岡県の隣県(博多から佐賀までJR特急で約40分)である。インターネットで、「佐賀県、森林、林業」で検索すると、すぐに出てきたのが「佐賀県森林林業リンク」であるが、その中に「佐賀県森を作った人・守った人」というのがある。ここでは、防風・防潮林として有名な虹ノ松原(「二里の松原」ともいう)を作ったといわれる寺沢志摩守伝高にまつわる話と、筑後川の洪水を防ぐための水防林として有名な千栗(ちりく)堤(「千栗の堤防」ともいう)を作ったといわれる成富兵庫茂安にまつわる話が出ていた [2-1]。佐賀県の森林・林業について語る時、虹ノ松原と千栗堤ともに、この2人のことを忘れないでいたいものである。

2.2 佐賀県の森林・林業の概況

まず、本県の主要な山に親しみたい。ついで、地理的特徴を把握し、最後に森林・林業の概況を述べる。

2.2.1 佐賀県の山々の謂れ

本県の主要山岳としては、1,000m級の山がいくつもある。最も高いのは経ヶ岳で1,076m。超1,000mは、ほかに脊振山(1,055.2m)と天山(1,046.2m)がある。

佐賀県森林・林業情報誌『佐賀の林業』の2003年4月～2004年3月まで「佐賀の山々」が森林・林業や歴史にまつわらせて12回に渡り連載されていた[2-2]。

2003年4月号では、基山(404.5m)について、天智天皇が外敵侵攻に備え築いた朝鮮式山城として、また日本書紀による植林発祥の地として有名であるということが紹介されている。5月号では、ある沙門が、民の苦しみを救うため法華経1万部の大願を起こしたが、白蛇の化身である美女に心を奪われて九千部の読破に終わり、大願を果たしえなかったという伝説が残っている九千部山(847.5m)が紹介されている。6月号以降、竜が背を振ったという背振山、その昔「あまのやま」と呼ばれた天山、源為朝がこよなく愛したということから源氏の守護神(氏神)八幡大菩薩に因んで称されたという八幡岳(763.6m)、その他、浮岳(805.2m)、作礼山(887.1m)、腰岳(487.7m)、黒髪山(516.0m)、杵島山(342.0m)、経ヶ岳(1075.5m)、多良岳(982.7m)など、計1年間のシリーズとして12の山が紹介されている。一番高い山・経ヶ岳については、2004年2月号で、山伏が山頂の神殿で密教の経典を読誦したのがその名の起こりだということが紹介されている。

このように佐賀県の山の名称には、それぞれ歴史的な謂れがあった。

2.2.2 森林・林業の地理的概況

(1) 佐賀県の地勢

南南東は有明海に面し、東南東は筑後川を

挟んで福岡県と接する。北の東側は背振山地を境に福岡県と接する。北の西側は、東松浦半島が玄界灘に突き出て、複雑に入り組んだ海岸線を呈する。この付近一帯は玄海国定公園に属している。西南は長崎県と接する。この南側に佐賀県最高の経ヶ岳がある。

佐賀平野があるのは、有明海北部沿岸と筑後川を結ぶ線の北側一部一帯である。また東松浦半島付近一帯には、高い山はあまり見受けられない。

山地としては、福岡県と接する北部、中央部、および長崎県と接する西南西である。一般的に、林業はこれらの地域で盛んであると思われる。

(2) 虹ノ松原と千栗堤

ちなみに、虹ノ松原は北部の唐津湾(玄界灘)に面し、長さ5キロ、幅1キロ、面積238.22ヘクタール、黒松ばかりの特別名勝天然記念物という。また千栗堤は筑後川下流域沿い(千栗から旧三根町坂口までの約12km)に築造されたが今は一部を残すのみとなっているという(成富兵庫茂安公記念碑がある)[2-3]。ともに山地ではない。

虹ノ松原は、今から約400年前、黒松が植林され作られたが、その理由は防風・防潮のためというだけでなく、そのほかに、農作物の安定収量および燃料確保のためという理由もある。また水防林としての千栗堤は農作物増収のためという建設理由である[2-1]。

ともに建設目的としては、林業(林産事業)という目的が主ではなく、農業とか住民の居住環境を守るということが主目的である。

(3) 林業の盛んな所と木材市場の立地

佐賀県の森林管理担当者によると、本県の林業の盛んな所は、北部の背振山地あたりと南部の多良岳あたりである。ところが、このあたりには木材市場はないといってよい。

当初の私の考えでは、林業が盛んなところに木材市場は配置されると考えていたが、実際は必ずしもそうではなかった。

本県には、8つの木材市場(内、1つが佐

賀県森連の木材共販所、7つが民間の木材市場)がある。

立地選定の考え方としては、木材産地優先、消費地優先、および交通の便(陸上、海上、河川など)優先などが考えられたが、実際はどうなっているのかなと思いきや某木材会社に電話をしてみた。すると、実情は必ずしも単純ではないことがわかった。

(4) 某社(株I木材市場)の場合

その電話(H17.11.8)によると、伊万里市に所在する某木材市場はおよそ20年前にヒノキ原木を扱う市場として、伊万里市の伊万里湾に注ぐ有田川沿いに少し上ったところに創設し(創設時の立地理由は定かではない)、高い評価を得て最近まで来た。しかし、次のような理由で立地を変更している。第1は、場所が手狭になったこと、第2は住宅ができてきて、騒音とかごみなどの苦情が出てきたことである。このため、2年前に移転した。移転先としては、某大手木材会社が、2003年春、伊万里湾岸(埋立地)に岸壁を作って伊万里事業所を開設したのを機に、こちらに移転した。

この立地の利点は、第1に、対馬産材や外材製品など海上輸送に有利、第2に広い、第3に住宅から離れている、第4にトラック輸送も結構便利(長崎自動車道・武雄北方I.Cより車で約45分)などの点である。

取り扱い木材としては、ヒノキ原木のみでなく、スギや松(これは少量)、製品も扱っている。購入顧客は県内、熊本、宮崎、岡山、愛媛などいろいろな所から来ている。また販売顧客としては、県内の各森林組合はもちろん熊本、対馬など県外からも来ているという。

林業の盛んな南部(多良山地あたり)についてみると、木材市場は県内にはない。では生産者はどこに出荷しているのか。早速、太良町森林組合に問い合わせたところ、大和町にある佐賀県森連共販所と熊本にある某社にトラックで出荷しているという話であった。かなり遠方に出荷している。

(5) 某社(株F社)の場合

社長Y氏からの電話(H17.11.10)によると、F社は木材(製品)市場を経営している。取引先は大きく分けて卸売りと工務店(大工)とに分けられるが、F社は工務店を対象としている。営業エリアとしては、唐津、杵岐、呼子、佐世保、大村、福岡西区などが入る。

しかし今は木材の流通形態が大きく変化しつつある。製材所から木材市場を通らないで、直接プレカット工場に行くようになってきている。これは、ここ7~8年の動きである。以前、佐賀市に大きなM木材市場というのがあったが、今はその場所にショッピングセンターができています。原木市場も減りつつありますが、製品市場の減少はもっと歴然としている。

立地の理由としては、道路の面した、安い広大な土地があったということである。当社の敷地は、元採石場1万坪の土地のうちの3千坪である。木材市場としては2千~3千坪必要である。新規に開設する場合には、高速インターに近くかつ土地単価の安いところが理想である。(以上、社長TEL談話)

なお、F社は製品木材市場のみを経営しているのではなく、建材、住宅(リフォームが得意工事)などを手がけている(同社HP[2-4], H17.11.9)。

(6) 近くに木材市場がない太良町森林組合の場合

当組合への電話(H17.11.8)によると、出荷先としては、佐賀県森連木材共販所(こちらが主)(佐賀市大和町)と熊本の某木材(株)へ、その他、福祉施設等へ少々ということであった。本組合は、有明海沿岸を走る国道207号線沿いに位置してトラック輸送(共販所へは組合の車を使用)には便利であるが、かなり遠方に出荷していることになる。

2.2.3 森林・林業の概況

([2-5], [2-6] pp.10-11, 56, 205-206参照)

(1) 森林面積

佐賀県の森林面積は約11万haで、森林率

45%（福岡県と同じ）である。全国平均67%、九州7県平均63%に比べてかなり低く、佐賀県にとって貴重な資源として認識されている。

(2) 人工林率

人工林率は66%（これも福岡県と同じ）あり、全国平均41%、九州7県平均55%に比べてかなり多い。

(3) 人工林民有林齢級別森林面積のピーク

8 齢級12,623ha（20.0%）をピークにピラミッド型を呈している（僅差で9 齢級19.6%が次ぐ）。（平成15年度末）

全国…同様に8 齢級がピーク（平成13年度末）[2-7]。

(4) 林家数（1ha以上）

林家数（1ha以上）は11,181戸で、1

～5ha86%、5～10ha10%、10ha以上4%。（2000年世界農林センサス）

(5) 林道（平成15年度末）

民有林林道の延長1,178km、林道密度は12.3m/haで全国1位。全国平均は4.9 m/ha（平成14年度末）[2-8]

(6) 林業担い手

森林組合数…11組合
福岡県の29組合（H16.3現在）と比べてかなり少ない。

林業就業者数…365人（H12国勢調査）

(7) 林業産出額（平成14年度末）

15.0億円（内訳：木材生産77.3%、栽培きのこ生産20.7%、薪炭生産2.0%）

表2-1 森林・林業の概要

	佐賀県	福岡県	長崎県	九州7県平均	全国平均
森林率*1	45.1%	44.8%	60.2%	62.8%	64.7%
人工林率*2	66%	66%	43%	55%	41%
齢級ピーク*3	8 齢級	9 齢級	8 齢級	8 齢級	8 齢級
林家数*4	11,181戸	19,648戸	14,785戸	20,303戸	21,676戸
林道密度*5	12.3m/ha	7.2m/ha	6.9m/ha	6.4m/ha	5.0m/ha
森林組合	11組合	29組合	11組合	15組合*6	19組合*7
林業産出*8	150千万円	1198千万円	473万円	171千万円	958千万円

(注) 注記のない限り数値は平成15年度末（H16.3.31）現在の値。

(*1) 農林水産省「2005年農林業センサス」結果概要（H17.2.1現在で調査）。ただし、森林率＝現況森林面積÷総土地面積

(*2) [2-9] p.1；[2-10] p.13；[2-11] p.12；[2-12] p.5；その他 林野庁HP [2-13]（これは、H14.3.31現在のデータ）。

(*3) 人工林齢級別面積（計画対象森林）（国有林&民有林）：

林野庁計画課「森林資源の現況」（H14.3.31現在）[2-14] 参照。この調査時点からすでに4年近くなるので、ピークは9 齢級に達しているであろう。

(*4) 「2000年世界農林業センサス」

(*5) [2-9] p.107（H14年度末現在）。ただし、長崎県は[3-1] p.137（H15年度末現在）。

(*6) 九州8県の各データ（H17.11.10、11現在）は、各県森連および長崎県林務課への電話問い合わせによる。

(*7) 平成17年3月末現在で905組合（表の値は47（都道府県）で割ったもの）。全国森林組合連合会への電話問い合わせ（H17.11.11現在）による。

(*8) 平成15年（農林水産省HP [2-15] の農林水産統計データ）（参照日：H17.11.12）

福岡県が突出しているのは「栽培きのこ類」（林業産出額の84%）が大きいためである。

（その他の引用文献）[2-16]

（出所）[2-9] ～ [2-16]

2.2.4 森林のゾーニング

森林の公益的機能の発揮のために、ゾーニングして森林管理している。このゾーニングは保安林と大きくかかわっていると思われる。

(1) 県全体 (表2-2)

下表のように、佐賀県はほぼ全国に近いが、5%ほど循環林が多くなっている。林道密度が高い点から見て、理解できる。

平成13年変更前は、循環林がもっと多かった。変更の結果、水土保持林が相当に(15%)増加し、循環林が減少。この結果、全国レベルに近づいている。

このゾーニングは保安林と大きくかかわっていると思われる。本県の保安林率(民有林+国有林)は34.6%(民有林で26.3%,国有林で84.0%)であるが、その大部分は「水源涵養林」(民有林で83.1%)である([2-8] pp.10, 205-206)。水源涵養林は当然「水土保持林」にゾーニングされると考えられるので、水土保持林の割合は多くなる。水土保持林は本県の場合、64%に達している。

表2-2 佐賀県・福岡県公益的機能別森林区分 (単位: ha, %)

区分	水土保持	共生林	循環林	計	
佐賀	面積	60,160	6,457	27,520	94,137
	比率 (H13)	63.9 (49)	6.9 (11)	29.2 (40)	100.0 (100)
福岡	面積	164,001	16,352	15,097	195,450
	比率	83.9	8.4	7.7	100.0
全国	(68.7)	(6.9)	(24.4)	(100.0)	

(注) 佐賀県(民有林(5条森林))はH14.11現在(ただし(H13)はH13変更前の比率)、福岡県はH14.3.31現在、全国(民有林)はH14.3.31現在。

(出所) [2-16] p.140, [2-17], [2-18] 参照。

(2) 地区別ゾーニングと特徴

6つの農林事務所管轄の地区別(表2-3)で見ると、大体次のことが言える。

① 鳥 栖

森林・森林率は少ないが、循環林が比較的多い(34%)。人口6万人余りの鳥栖市があるのに、共生林が少ない(4%)。

② 佐賀中部

地区面積が広く、森林面積も広い。背振山地の多くがこの地区に含まれている。森林組合も3組合ある。林業が盛んであるが、循環林率は比較的低い。一方、県都・佐賀市も含まれているが、共生林率は比較的低い(3%)。

③ 唐 津

2つの森林組合があり、林業が盛んで、森林・森林率ともに比較的大きく、循環林率が高い(38%)。虹ノ松原もこの地区に含まれている。共生林率も高くなっている(16%)。

④ 伊万里

当地区には循環林がほとんどなく、大部分が水土保持林である(93%)。それにもかかわらず、森林組合活動・林業は盛んである。

⑤ 武 雄

森林率が36%と低く、循環林率も低くなっている。けれども森林組合が1つあり、かなりの好成績(H15事業年度:事業利益724万円)を挙げている。共生林率は6地区で最も低く1%。

⑥ 鹿 島

この地区は最も循環林率が高く、49%もある。林業が盛んで、森林組合が3つある。この地区には、経ヶ岳(1075.5m)、多良岳(982.7m)など1000m級の山がある。これらが、林業と大きく関わっているものと思われる。

2.3 県林政の概況 [2-19]

基本理念は「森林は私達みんなの財産」。基本方向は、次の3つである。

1. 環境を育む森林づくり
2. 県民協働
3. 森林資源の持続的利用

2.3.1 環境を育む多様な森林づくり

水源涵養、県土の保全などを重視した、

表2-3 地区別ゾーニングと森林率

(単位：ha (上段)，% (下段))

事務所	水土保全林	共生林	循環林	計	森林率	組合数
鳥 栖	1,720 62%	109 4%	939 34%	2,768 100%	27%	1
佐賀中部	18,202 69%	738 3%	7,574 29%	26,514 100%	41%	3
唐 津	11,258 46%	3,981 16%	9,229 38%	24,468 100%	51%	2
伊万里	13,567 93%	802 6%	196 1%	14,565 100%	55%	1
武 雄	8,876 77%	154 1%	2,538 22%	11,568 100%	36%	1
鹿 島	6,537 46%	673 5%	7,044 49%	14,254 100%	54%	3

(出所) [2-17]

里山・川・海を守る森林づくりを展開する。里山・平坦地の緑を守り、環境と調和した木材生産の森林をつくる。そして、健全な森林を次世代に引き継ぐ。

そのためには、

1. 針葉樹・広葉樹混交林（針広混交林）化
2. 計画的な路網整備・機械化
3. 長伐期林（大径木森林）化
4. 複層林化（上層木と下層木の循環）
5. 広葉樹造林・自然林づくり
6. 里山・平野部の緑、鎮守の森等の保全などの展開が必要とされている。

森林の充実によって、大気や水の浄化をきたし、野生動物のすみやすい環境も形成される。また森林は川と海ともつながっていて、魚の生息しやすい環境をつくる。

また健全な森林は、「緑のダム」を形成したり、国土を守るなどの、多様な機能を果たす。

以上のような機能は、森林の公益的機能であり、経済効果としては、国全体ではおよそ年間70兆円と評価されている（平成13年度日本学術会議）。本県のそれは、およそ3,800億円と試算されている。構成割合上は、国と佐

賀県はほぼ同じとみなしうる。全体的には、侵食・崩壊防止機能と水源涵養機能が突出して大きく、あわせて国95%、佐賀県93%もある。（表2-4）

表2-4 森林の公益的機能の評価額

(単位：億円，%)

機 能	国全体		佐賀県	
CO ₂ 吸収	12,391	1.8	89	2.3
化石燃料代替	2,261	0.3	14	0.4
侵食崩壊防止	366,986	52.2	2,042	53.8
水源涵養	298,454	42.5	1,491	39.3
保健休養	22,546	3.2	157	4.1
合 計	702,638	100	3,793	100

(出所) [2-19] p.6.

2.3.2 県民協働

森林は、公益的機能を持ち、みんなの役に立っている。いわば、「みんなの財産」である。しかし実態は、私的所有制度の下で、所有者が決まっている。この矛盾をいかに克服するかが課題である。

今、山村は過疎化・高齢化が進行し、また木材価格が低迷して、間伐などの森林施業を

行う森林所有者が少なくなっている。しかしこれでは森林は荒廃してしまうであろう。

そこで県林政としては、みんなの財産はみんなで守ろうということで、森林所有者はもとより、県民、林業事業体、公共団体等がそれぞれの役割に応じて、「県民協働」を展開し、森林づくりを進める必要があるとしている。

① 県民

木材利用、ボランティアなど。情報提供と財源確保が重要。

② 森林所有者

所有森林の適切な管理。所有者への支援、所有者以外への管理委託、後継者の育成支援などが重要。

③ 林業事業体（森林組合など）

地域の森林管理、活発な林業活動の推進。経営・組織体制の強化（広域合併等による）、担い手対策（作業班員の計画的雇用、福利厚生の充実、技術の向上等の雇用体制の強化）の推進が重要。また不在村者所有森林対策としては、森林組合、公共団体との連携的関与が重要。

④ 公共団体

森林整備支援、木材利用の普及啓発、公的関与等による森林づくり。森林所有者や林業事業体への普及啓発（不在村森林所有者への普及啓発を含む）、林業試験場の研究開発、普及指導職員の活用、新たな「森林認証制度」による森林経営意欲の確保、担い手対策の推進、「環境林」対策の推進等が重要。

*「森林認証制度」とは、「持続可能な森林経営のため、一定の基準・規格を満たす経営が行われている森林や経営体を、独立した第三者認証機関が認証し、その森林から生産された木材・製品等にラベルを貼り、消費者が選択できる仕組み。」

*「環境林」とは、佐賀県が検討している、次のような森林をいう。荒廃森林で、環境保全面で重要な森林であり、公的管理が必要と判断される森林のこと。環境林としては、水

環境保全、景観保全、森林教育の3つが考えられている。

<こだまの森林づくり>運動の推進

[2-20]

木霊（こだま）が宿る豊かな森林づくり、県民と行政がこだまの様に共鳴した森林づくりを意味する。この運動の進行役として某NPO法人が当たり、企画・運営、参加者やスタッフの募集を推進している。

目標は、平成16年度からの10年計画で、「5万haの間伐など森林整備」「100万本の広葉樹植栽」である。

具体的には、森林所有者や森林ボランティアの協力などの県民協働により、間伐・除伐・整理伐・強制間伐、広葉樹の植栽・自然導入を実施する。

植栽を推奨する広葉樹としては郷土樹種を中心として21種類ある。この中には、イチョウやナンキンハゼといった外来種（中国原産）も含まれている。要は、適地適木である。

2.3.3 森林資源の持続的利用

森林資源を大きく、木材とその他に分け、持続的・循環的利用を図る。

(1) 木材の持続的利用

県民等への木材効能の普及啓発・情報宣伝活動（見学会、講演会など）、木材の供給体制の確立やそのための連携強化、県産材のブランド化、公共施設等への県産材の利用、木製品の開発・製品化などの推進。

* 木材用途別の生産・流通・加工体制

- 高品質・高付加価値材…ブランド化、生産推進
- 一般材…大量加工、集成材加工等への利用推進
- 低質材・廃材等…バイオマスとしての利用推進

(2) その他の森林資源の持続的利用

木材以外の森林資源としては、森林文化、シイタケ等のキノコ類、薬木・薬草類、山菜等の特産林産物がある。

自然景観や森林文化の活用により、都市と

の交流を図り、山村を活性化する。グリーンツーリズム等森林総合利用の展開を図る。また各種イベントの開催などを行う。

また特用林産物の生産促進と消費拡大を図る。そのための、商品開発（たとえば、ムキタケ）や地産地消の推進、山菜等を利用した試食会などを開催する。

2.4 森林成長量と素材生産量の概況

森林の成長量と素材生産量はバランスしていることが望ましいと考えられる。

2.4.1 森林成長量

地域森林計画対象林（森林法5条森林）中の民有林・人工林成長量は、696,377m³である（[2-6] p.67）。

また同じく、地域森林計画対象林（森林法5条森林）中の民有林・人工林の面積は、62,871.7haである（[2-6] p.58）。

表2-5 民有林・人工林の森林成長量等

	全成長量 (m ³)	面積 (ha)	成長量 (m ³ /ha)
佐賀県	696,377	62,871.7	11.1

(出所) [2-6] pp.58,67.

したがって、1ha当たり成長量は、11.1m³となる。これは福岡県の6m³/haに比べて倍近くの成長量である。

2.4.2 素材生産量

素材生産量は、表2-6のように推移している。

ところで、この素材をどこの森林から生産したのかといえば、平成13年以降は、民有林・人工林からであると考えられる。

1ha当たり素材生産量（佐賀県H15）
=99千m³÷62,871.7ha=1.57m³/ha

1ha当たり素材生産量（福岡県H15）
=109千m³（素材生産量）
÷129,522ha（民有林・人工林面積）
=0.84m³/ha

表2-6(a) 佐賀県の素材生産量の推移
(単位：千m³)

年	H11	H12	H13	H14	H15
針	92	86	85	65	64
広	14	57	46	45	35
国	6	6	0	0	—
計	106	143	131	110	99

(注) 「針」は「針葉樹」, 「広」は「広葉樹」「国」は「国有林」(内数)。

(出所) [2-6] pp.164-165.

表2-6(b) 福岡県の素材生産量の推移
(単位：千m³)

年	H11	H12	H13	H14	H15
針	142	134	101	87	97
広	13	12	13	12	12
計	155	146	114	99	109

(注) 「針」は「針葉樹」, 「広」は「広葉樹」「国有林」からの素材生産量は0と判断。

(出所) [2-11] p.98.

2.4.3 成長量と素材生産量とのバランス

佐賀県の成長量に対する素材生産量の割合=99千m³÷696,377m³=14.2%

福岡県の成長量に対する素材生産量の割合
=109千m³÷775,800m³（[2-11] p.21）
=14.1%

成長量の約14~15%が素材生産されているのは、適正かどうか、あえて判断すれば、これは素材生産量が成長量に比べて少ない、バランスが取れていないと思われる。

伐採期に達した林齢（8齢級以上）が5割を超えている（佐賀県：面積で60%）。若い木のほうが成長量は大きいと思われる。

民有林齢級別成長量のデータが、福岡県の『林業統計要覧』[2-11] pp.20-21に出ている。

これによると、成長量のうち、伐採期に達している8齢級以上の成長量は全成長量776千m³の60%に当たる465千m³であった。福岡県の場合、素材生産量の伐採期森林成長量に

対する割合は、23.4%となる。

なお、樹木の成長率は、針葉樹と広葉樹に分けた場合、針葉樹のピークは4齢級で急激に10.7m³/haに達し、それ以降、徐々に減少して、14齢級で約1.9m³/haにまで減退する。広葉樹の場合は、6齢級でピーク2.1 m³/haに達し、その後、徐々に減少している（[2-11] pp.20-21）。（佐賀県については、林齢別成長量のデータを筆者が所持していない関係上、分析していない。）

2.5 木材供給体制の整備について

木材供給体制の整備を必要とする要因（林業衰退の要因）には次のものが考えられる。

1. 木材価格の下落
2. 新設住宅着工戸数の減少
3. わが国山林地形の特殊性（急峻性）
4. 森林所有規模の零細性
5. 林業事業者特に森林組合の経営基盤の脆弱性
6. 林業機械化の遅れ
7. 人口の都市集中化（産業の高度化）
8. 林業労働の特殊性

ここでは、上記1と2を概括して、木材供給経路（チャンネル）に触れ、木材供給体制の整備のあり方について考察してみたい。

2.5.1 木材価格の下落

表2-7より明らかに木材価格は下落傾向にある。なお、木材価格の推移には季節変動も見られる（図2-1）。

佐賀県のスギ素材価格のピークは平成8年の20,500円/m³であるが（[2-6] p.174）、平成15年の価格はその約半分に減少している。まさに価格破壊である。

- (1) 利益の出ない価格（スギ丸太）（佐賀県）
- | | |
|--------|-------------------------------|
| 伐出経費 | 10,000~12,000円/m ³ |
| 山元立木価格 | 2,540円/m ³ （H16） |
| 計 | 12,540~14,540円/m ³ |
| スギ丸太価格 | 10,200円/m ³ |

これは、出材すれば赤字（利益どころではない）を意味する。現実には、造林補助金等の

表2-7 木材（スギ丸太14.0~22.0cm・長さ3.65~4.0m）価格の状況

（単位：円/m³）

	H11	H13	H15	H16
福岡県	21,400	17,400	13,900	13,900
佐賀県	15,800	11,300	12,600	10,200
長崎県	15,180	10,243	12,554	—
熊本県	18,300	14,200	13,500	13,700
全国	18,800	15,700	14,300	13,500

（注）福岡県・熊本県のH16のデータはH16.11対象。
（出所）[1-6] p.100, [2-6] p.174, [2-22], [2-23], [3-1] p.99.

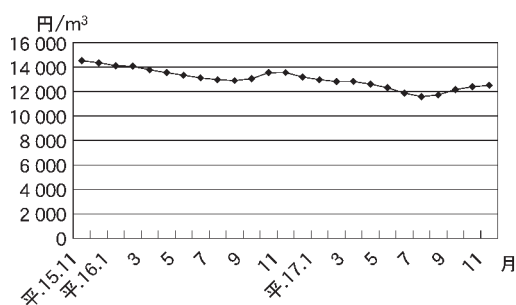


図2-1 全国のスギ丸太の価格推移(季節変動と傾向変動)

（出所）[2-23]

活用で市場に出ている状況である [2-22]。

(2) 価格下落の要因（特にスギ）

佐賀県は次の要因を挙げている [2-22]。

- ① 住宅着工戸数の減少によりメーカーの競争激化、住宅の価格競争から製材製品の値下げ要求
- ② 円高による外材の輸入増加、供給ソースの選択肢増加
- ③ グリン材 (green wood) からKD材 (kiln dry wood) ヘニーズの変化、角材へのホワイトウッド集成材の進出
- ④ プレカットの普及や住宅品確法（住宅の品質確保に関する法律）の確立により、集成材はさらに進出、スギ無垢材はますます減少

* 住宅品確法のポイント

新築住宅の骨組み部分（基本構造部分）に対する10年間の瑕疵担保責任があること。「骨組み部分」とは、基礎・柱・床等と雨水の浸入を防止する部分である「屋根・外壁・サッシ」等である [2-24]。

2.5.2 新設住宅着工戸数の減少傾向

表2-8、その他のデータ ([2-25] など) によると、微妙ながら減少傾向が見られる。

表2-8 新設住宅着工戸数
(単位：戸，%)

		H11	H13	H15	H16
福岡県	総数	49,705	44,322	46,827	—
	木造率	34	33	32	—
佐賀県	総数	6,489	5,322	5,120	5,540
	木造率	54	55	53	58
長崎県	総数	10,399	8,916	9,603	—
	木造率	54	50	46	—
熊本県	総数	13,381	12,595	12,391	—
	木造率	52	49	46	—
全国	総数	1,214,601	1,173,858	1,160,083	—
	木造率	47	45	45	—

(出所) [1-6] p.100, [2-6] p.173, [2-22], [2-25], [3-1] p.102.

木造率は昭和63年まで木造率 (S55:59% → S63:41%) の激減が見られた。その後は増減を繰り返しながらの横ばい状態と見られる [2-25]。

2.5.3 木材供給経路の複雑性

佐賀西部流域林業活性化センターと佐賀東部流域林業活性化センターがあり、両センターが調査された比較的詳細な木材流通経路の図表 [2-26] [2-27] を以前いただいた。

西部流域センターのものを参照すると、経路はおおむね次のようになっている [2-26]。
(1)素材生産→(2)原木流通→(3)製材加工→(4)製材出荷→(5)製品流通→(6)木材需要

(1) 素材生産→(2) 原木流通

<素材生産>

- ① 所有者別 (私有林・公有林・国有林)
- ② 集材方法別 (索道・林内車・トラッククレーン)
- ③ 形態別 (会社・森林組合・個人・協同組合)

<経路：原木出荷>

- ① 流域内への出荷
 - (a) 製材工場へ直接出荷→(3)製材加工へ
 - (b) 流通内原木市場へ出荷
 - (イ) 流域内製材工場へ→(3)へ
 - (ロ) 東部流域製材工場へ
 - (ハ) 県外へ
 - (c) 流域内チップ工場へ出荷
- ② 東部流域への出荷
- ③ 県外への出荷

(2) 原木流通→(3) 製材加工

<素材入荷>

- ① 国産材
 - (a) 流域内から
 - (b) 東部から
 - (c) 県外から
- ② 外材

<経路：素材出荷>

- ① 流域内素材加工工場 (製材工場) (製品生産) へ→そして次の(4)製材出荷へ
- ② 素材販売
 - (a) 県内へ
 - (イ) 大工工務店
 - (ロ) 建設業
 - (ハ) 素材市場
 - (b) 県外へ

(3) 製材加工→(4) 製材出荷

<製品入荷>

- ① 製品生産
- ② 製品仕入
 - (製材市場から、製材工場から、輸入業者から、その他から)
 - (a) 流域内
 - (b) 東部

森林と住のグリーンマネジメント in 九州（下）

(c) 県外（外材含む）

<経路：製材出荷>

- ① 流域内へ
- ② 東部へ
- ③ 県外へ

(4) 製材出荷→(5) 製品流通

<製材品の流域内からの出荷先>

- ① 流域内木材需要者（直接出荷）へ
- ② 流域内製品取扱市場へ
- ③ 流域内製材工場へ
- ④ 流域内建設業者へ
- ⑤ 流域内大工工務店へ

(5) 製品流通→(6) 木材需要

<製品流通の最終的需要への経路>

- ① 流域内木材需要者（直接出荷）へ
- ② 流域内製品取扱市場における入出荷
 - (a) 入荷（流域内，東部，県外）
 - (b) 出荷
 - (i) 流域内の
 - 流域内大工工務店へ
 - 流域内建設建築業へ
 - その他へ
 - (ii) 東部へ
 - (iii) 県外へ
- ③ 流域内製材工場に入荷（出荷は不明）
- ④ 流域内建設業者に入荷（建設資材等）
 - (i) 製材加工場から
 - (ii) 製品取扱市場から
- ⑤ 流域内大工工務店における入出荷
 - (a) 入荷（流域内，流域外）
 - (b) 出荷
 - (i) 流域内の木材需要者へ
 - (ii) 流域内建設業者へ
 - (iii) 流域外へ
- ⑥ 流域内木材消費者に入荷（建設資材）
 - (i) 製材加工場から
 - (ii) 大工工務店から

以上のような経路をたどるが、流域内木材の大きな経路は、「流域内原木市場（81%）→県外へ（53%）」であった。「流域内原木市場から流域内製材工場へ」は25%に過ぎなかつ

た。

「地産地消」を目指すことが肝要であろう。

そこで、佐賀県における木材供給と最終的需要先について見てみたい。

(6) 木材入荷先と供給元

—西部流域の場合— [2-26]

入荷は、

- (i) 原木市場への原木
 - (ii) 素材加工場への素材
 - (iii) 製品マーケットへの製品
 - (iv) 製品取扱市場への製品
- などの入荷がある。そしてそれぞれに、

- ① 流域材
- ② 流域外材
 - (a) 東部材
 - (b) 県外産材（外材含まず）
 - (c) 外材
 - (d) 県外産材（外材含む）

が入荷される（表2-9）。

<表2-9の要約>

- ① 原木市場および製品マーケットに入る流域材は多く、流域外からの流入が少ない。
- ② 素材加工工場に入る流域材が少なく、流域外からの流入が多い。
- ③ 特に製品取扱市場に入る流域材は非常に少なく流域外からの流入が圧倒的に多い。
- ④ 全体・概略的には、流域材vs流域外材の流域内への流入量は約半々である。

(7) 最終的出荷先（需要先）(H7)

—西部流域の場合— [2-26]

<「純流域材」か否かを考慮しない場合>

① 流域内へ	80,809m ³
(a) チップ工場	8,746m ³
(b) 木材消費者（木造住宅）	59,112m ³
(c) 建設業者（建設資材等）	9,235m ³
(d) その他	1,004m ³
② 流域外へ	102,010m ³
(a) 東部へ	26,205m ³
(i) 原木市場へ	7,700m ³
(ii) チップ工場へ	230m ³
(iii) 製材工場へ	14,704m ³

表2-9 佐賀県西部流域の木材入荷 (H7)

(単位：m³)

元	入	(イ)原木市	(ロ)加工場	(ハ)製品マ	(ニ)製品市	総 計
①	流域材	40,712	17,306	55,043	1,325	114,386
流域 外材	(a)東部	6,514	6,125	3,215	884	16,738
	(b)県外	0	1,236	1,571	0	2,807
	(c)外材	0	31,523	8,649	0	40,172
	(d)県外	18,697	0	0	49,957	68,654
	計	25,211	38,884	13,435	50,841	128,371
総 計		65,923	56,190	68,478	52,166	242,757

(注) (イ)(ロ)は素材, (ハ)(ニ)は製品で, 素材から製品への歩留率は佐賀県西部流域の場合, 「スギ74%, ヒノキ79%, 外材85%」の(加重)平均として80.3%である。「(b)県外」は外材を含まない, 「(d)県外」は外材を含む。(出所) [2-26] より作成。

(ニ) その他	3,771m³	②③④の小計 (製品)	6,613m³
(b) 県外へ	75,805m³	÷歩留率76%=(素材)	8,701m³
(イ) 原木が県外木材市場へ	117m³	総 計(素材換算値)	17,447m³
(ロ) 原木市場から県外へ	34,717m³	「西部流域材の流域内留まり率」	
(ハ) 素材マーケットから	172m³	=17,447m³/58,309m³=約30%	
(ニ) 製品マーケットから	7,396m³		
(ホ) 製品取扱市場から	33,403m³		

へ最終的に出荷される。

そして, それぞれに特定のな入荷先がある。たとえば, 消費量の多い①(b)「木材消費者」には, 直接の製品マーケットからと大工工務店からとがあるが, 大部分は流域内大工工務店からである。その大工工務店は, 製品マーケットから43,581m³と製品取扱市場から10,264m³, 計53,845m³を仕入れている(約4:1 (80.9%:19.1%)の割合)。

<「純流域材」の流域内留り量>

ここに「純流域材」とは, 流域内で生産された素材およびその製材品のことである。

[2-26]に基づく純流域材の流域内留り量(影部分)の試算(概算)結果は, 図2-2のとおりである。

① チップ工場 (素材)	8,746m³
② 木材消費者 (木造住宅)	5,677m³
③ 建設業者 (建設資材等)	895m³
④ その他	41m³

表2-10 西部流域内外を不考慮の場合と純流域材のみの場合の留まり量(素材に換算)比較 (単位：m³, %)

	不考慮	純流域材	流域/不考慮
チップ工場	8,746	8,746	100.0%
木材消費者	73,614	7,470	10.1%
建設業者	11,501	1,178	10.2%
その他	1,250	41	3.3%
合 計	95,111	17,435	18.3%

(注) 「不考慮」の歩留率=80.3%, 「純流域材」の歩留率=76%
(出所) [2-26]に基づき試算の上, 作成。

<図2-2および表2-10の要約>

- ① 純流域材は, およそ30%程度, 最終消費向けに流通している。
- ② 純流域材は, 最終流域需要の18%程度を充足している。したがって, すべての純流域材が流域内最終需要に回ったとしても, 全需要の60% (=18%/0.30) 程度を満たす。

森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)

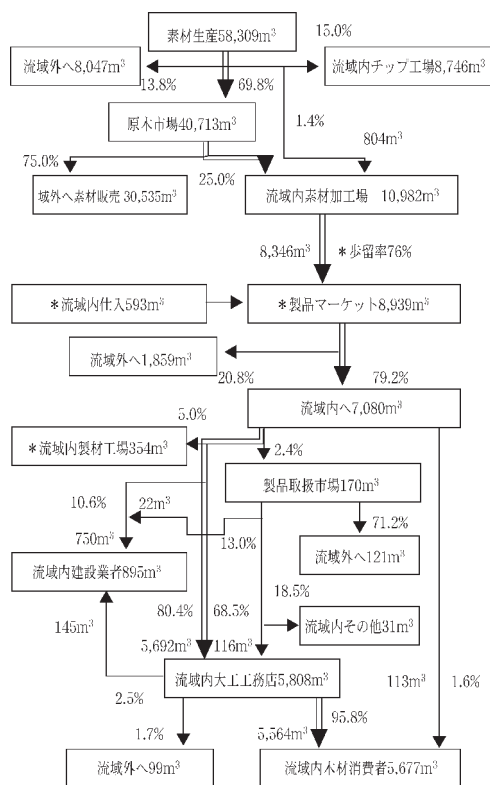


図2-2 西部流域の純流域材の流通経路

- * 歩留率：スギ74%，ヒノキ79%，および素材出荷率（スギ69%，ヒノキ31%（H10））より算出。
- * 流域内仕入：「純流域材」＝（「製品取扱市場」における流域材含有率2.5%×「製材市場」（製品取扱市場）からの仕入率84.3%＋「製材工場」（素材加工場）からの仕入率9.9%×加工場における流域材含有率30.8%）×「流域内仕入量11,491m³」で概算。
- * 「流域内製材工場354m³」は流域外へ流出または「流域内仕入」に回ったとみなす。
- * 「製品マーケット」は木材製品の一般市場のことで「製品取扱市場」とは異なる。
- * 二重線は、純流域材の主要流通経路（パイプ）を示す。（出所） [2-25] より作成。

すに過ぎない。

- ③ 純流域材の最終消費への主な流通パイプは、「素材生産→原木市場→流域内素材加工場→＜製品マーケット＞→流域内大工工務店→流域内木材消費者」の経路である。
- ④ 全体的にいえることは、流域チップ工場と流域内大工工務店の、流域材消費に対する役割が非常に大きいことである。
- (8) 東部流域の木材流通の概況（試算は筆者による）〔2-26〕（H8.3調査）参照

＜「純流域材」の流域内留り量＞

「純流域材」とは、流域内で生産された素材およびその製材品のことである。〔2-26〕に基づく純流域材の流域内留り量（影部分）の試算（概算）結果は、図2-3のとおりである。

① チップ工場（素材）	4,800m³
② 木材消費者（木造住宅）	10,782 + αm³
③ 建設業者（建設資材等）	1,681 - βm³
②③の小計（製品）	12,463m³
÷歩留率76% =（素材）	16,399m³

総計（素材換算値） 21,199m³

「東部流域材の流域内留まり率」

$$= 21,199\text{m}^3 / 90,700\text{m}^3 = \text{約}23\%$$

＜図2-3および表2-11の要約（東部）＞

- ① 純流域材は、およそ23%程度、最終消費向けに流通している。
- ② 純流域材は、最終流域需要の12%程度を充足している。したがって、すべての純流域材が流域内最終需要に回ったとしても、全需要の52%（=12%/0.23）程度を満たすに過ぎない。当流域は、西部流域に比べて、素材生産量は56%多いにもかかわらず、需要充足率が低いのは、西部流域に比し当流域の需要量がかなり（84%）高いからである。
- ③ 純流域材の最終消費への主な流通パイプは、「素材生産→原木市場→流域内素材加工場→＜製品マーケット＞→流域内大工工務店→流域内木材消費者」の経路である。

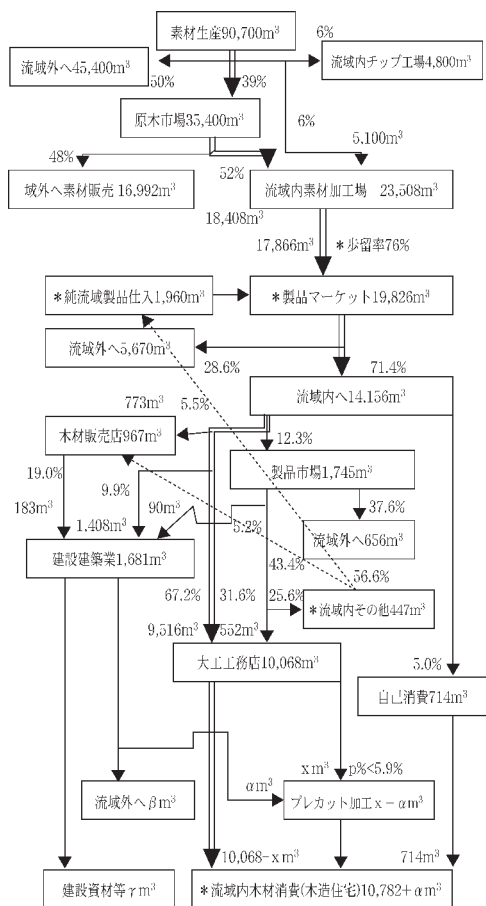


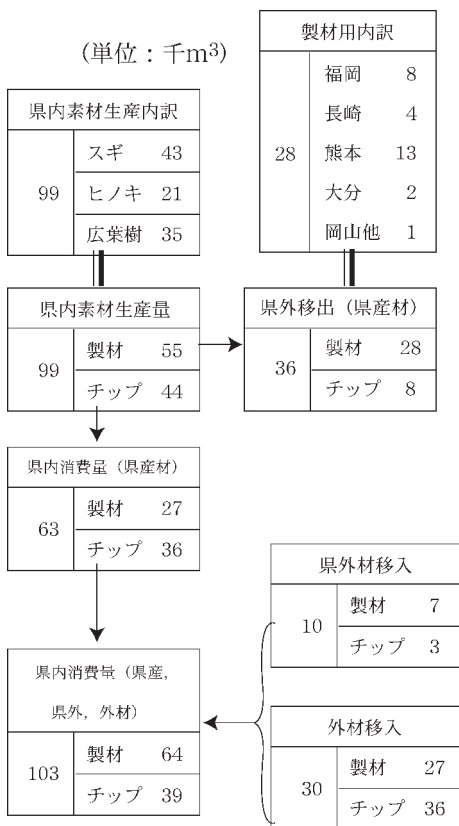
図2-3 東部流域の純流域材の流通経路

- * 歩留率：スギ74%，ヒノキ79%，および素材出荷率（スギ69%，ヒノキ31%（H10）より算出。
 - * 流域内仕入：「純流域材」＝「製品市場」における流域材含有率14%×「製品市場」からの仕入れ量14,000m³で概算。
 - * 「流域内製材工場354m³」は流域外へ流出または「流域内仕入」に回ったとみなす。
 - * 「製品マーケット」は木材製品の一般市場のことで「製品取扱市場」とは異なる。
 - * 「流域内その他」は「木材販売店」へ43.4%と「純流域材製品仕入」へ56.6%（すでに1,960m³中に含まれている）。
 - * 二重線は、純流域材の主要流通経路（パイプ）を示す。
- （出所） [2-27] より作成。

表2-11 東部流域内外を不考慮の場合と純流域材のみの場合の留まり量(素材に換算)比較 (単位：m³，%)

	不考慮	純流域材	流域/不考慮
チップ工場	4,800	4,800	100.0%
木材消費(木住)	144,458	14,187+α	9.8+α'%
建設業者	26,152	2,212-β	8.5-β'%
合計	175,410	21,199	12.1%

（注）「不考慮」の素材から製品への歩留率＝80.3%，「純流域材」の歩留率＝76%
 * 建設建築業からの流域外への流出βm³を考慮し，α＝βと仮定して，相殺する。
 （出所） [2-27] に基づき試算の上，作成。



- * 県産材率 = 63/103 = 61.2%
- * 製材用材の自給率 = 27/64 = 42.2%

図2-4 佐賀県の素材需給状況（平成15年）
 （出所） [2-28] より作成。

(西部流域と同じ)

- ④ 全体的いえることは、流域チップ工場と流域内大工工務店の、流域材消費に対する役割が特に大きいということである。(西部流域とほぼ同じ)

2.5.4 最近の佐賀県木材流通実態概要

(1) 平成15年の素材需給状況 (図2-4)

県産材率61%は国全体の国産材率18%に比べれば、3倍以上の高率である。本県の過去のデータを見ると、平成11年43.6%、平成12年56.7%と、次第に上昇している。これは極めて好ましい状況である (図2-5)。

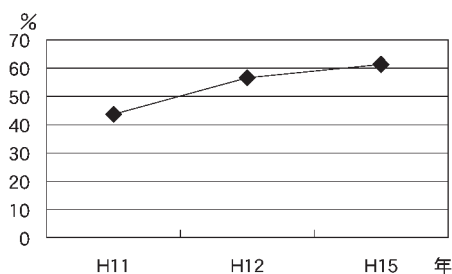


図2-5 佐賀県の素材県産材自給率 (出所) [2-28], [2-29] および [2-30] p.参1.

(2) 平成15年の製材品需給状況

表2-12 (H15) より、県産材の県内需要の充足率は26%となった (試算は筆者による)。

表2-12 佐賀県産材内外を不考慮の場合と純県産材のみの場合の県内留まり量 (素材に換算) 比較 (平成15年)

(単位：千m³, %)

	不考慮	純流域材	流域/不考慮
チップ	39	36	92.3%
製材品消費量	149(105)	11(8)	7.4%
在庫・自家消費等	10(7)	4(3)	42.2%
合計	198	51	25.8%

(注) 素材から製品への歩留率=70.3%

* ()内は素材への未換算値。

* 県産材県外移出材は県内再移入はないと仮定。

* 図2-6参照。

(出所) [2-28] に基づき試算の上, 作成。

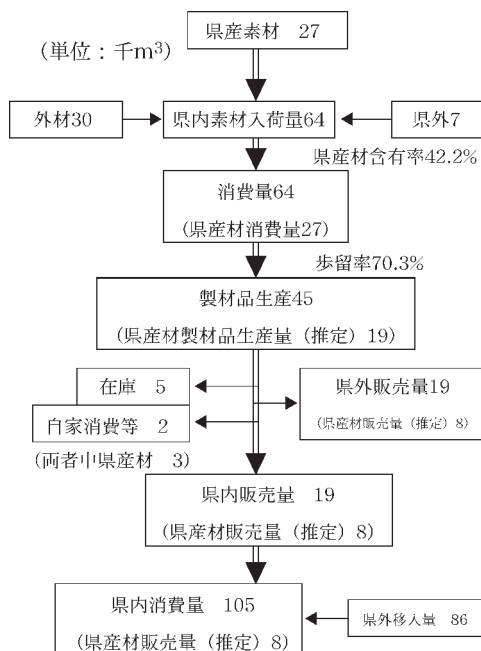


図2-6 佐賀県の製材品需給状況 (平成15年)

(出所) [2-28] に基づき試算の上, 作成。

る)。

県産材の県内留まり率51.5% (県内留まり量51/県素材生産量99) と比較的高い値を示した。けれどもこれは、チップ用の総素材生産量に対する割合44.4% (44/99) およびチップ用材県内留まり量の割合81.8% (36/44) が高いので、製材用材のみで見ると、県内留まり率は非常に低くなる27.3% (15/55)。

<図2-4, 2-6, 表2-12の要約 (県H15)>

- ① 純県産材の県内留まり率は52%程度。チップ用材県内留まり率は82% (36/44)、製材用材の留まり率は27% (15/55)。
- ② 純県産材は県の最終需要の26%程度を充足している。したがって、すべての純県産材が県内に回ったとしても、全需要の50% (=26%/0.52) を満たすに過ぎない。
- ③ 純県産材の最終消費への主な流通パイプは、「素材生産→(原木市場)→県内製材→<製品マーケット>→(流域内大工工務

店)→県内消費」の経路である。(前記の西部流域と東部流域の統合と考えられる。)

- ④ 全体的いえることは、チップ用材のウェイトが高くなっている。
- (3) 平成11年の佐賀県木材流通状況と平成15年との比較

表2-13 (H11) より、県産材の県内需要の充足率は17%となった(試算は筆者による)。

また県産材の県内留まり率42.5%(県内留まり量45/県産材生産量106)と平成15年に比べてかなり低い値を示した。この理由は、チップ用材生産量が17千m³と低かったことが最大の理由と思われる(チップ用材の総素材生産量に対する割合16.0%(17/106))。

表2-13 佐賀県産材内外を不考慮の場合と純県産材のみの場合の県内留まり量(素材に換算)比較(平成11年)

(単位：千m³，%)

	不考慮	純流域材	流域/不考慮
チップ	18	16	88.9%
製材品消費量	233(168)	26(19)	11.2%
在庫・自家消費等	8(6)	3(2)	37.5%
合計	259	45	17.4%

(注) 素材から製品への歩留率=72.1%
 * ()内は素材への未換算値。
 * 県産材県外移出材は県内再移入はないと仮定。
 * 「純県産材」の試算は図2-6と同様の試算方法による。
 (出所) [2-30] p.参1に基づき試算の上，作成。

平成11年度の製材用素材生産量88千m³([2-30] p.参1)は、平成15年の55千m³([2-28])に比べて相当に多かった。これは、その後、製材用素材の生産量が大幅に減少したのか、あるいは、製材用としての販路が狭まり、チップ用材の需要が高まり、<製材用→チップ用>へと販路の転換が多くあったのかもしれない。

<図2-7, 2-8, 表2-14の要約(県H12)>

- ① 純県産材の県内留まり率は61%(87/

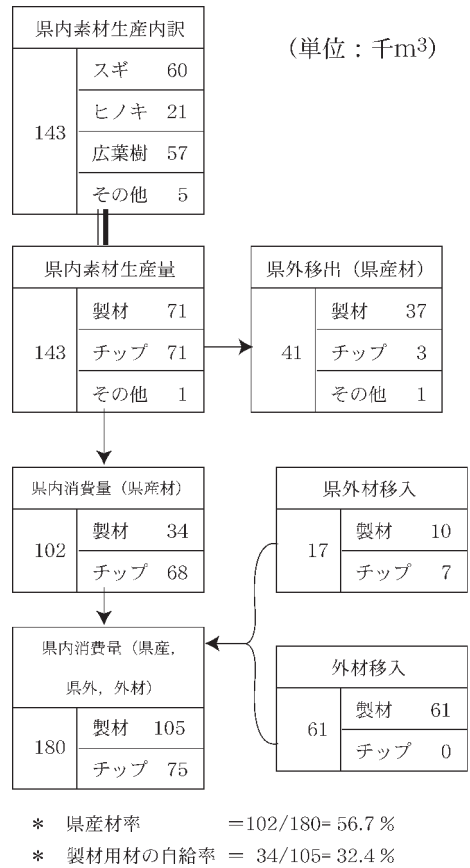


図2-7 佐賀県の素材需給状況(平成12年)
 (出所) [2-29]に基づき試算の上，作成。

143)程度。ただし、ほとんどが、チップ用材(96%=68/71)で、製材用材の県内留まり率は27%(19/71)に過ぎない(H15年とほぼ同じ。しかしH15年のほうが絶対量は低減している)。

つまり、チップ用材はほとんどが県内需要に回っているが、製材用材は7割以上が県外に出荷されているといえる。

- ② 県産材は県の最終需要の31%程度を充足している。

ただし、製材用材の充足率(9%=19/208)は非常に少ない。したがって、すべての純県産製材用材が県内に回ったとしても、全製材用材需要の33%(=9%/0.27)

森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)

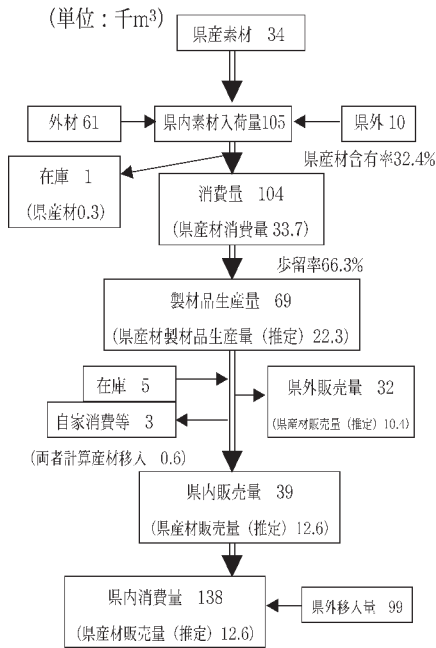


図2-8 佐賀県の製材品需給状況(平成12年)
(出所) [2-29] に基づき試算の上, 作成。

表2-14 佐賀県産材内外を不考慮の場合と純県産材のみの場合の県内留まり量(素材に換算)比較(平成12年)
(単位：千m³, %)

	不考慮	純流域材	流域/不考慮
チップ	75	68	90.7%
製材品消費量	208(138)	19(13)	9.1%
合計	283	87	30.7%

(注) 素材から製品への歩留率=66.3%
 * ()内は素材への未換算値。
 * 県産材県外移出材は県内再移入はないと仮定。
 * 「純県産材」の試算は図2-6と同様の試算方法による。
 (出所) [2-29] に基づき試算(筆者による)の上, 作成。

程度を満たすに過ぎない。

- ③ 純県産材の最終消費への主な流通パイプは、「素材生産→(原木市場)→県内製材→〈製品マーケット〉→(流域内大工工務店)→県内消費」の経路である。(前記の西部流域と東部流域の統合と考えられる。)
- ④ チップ用材のウエイトが急に高くなっている。平成11年では素材におけるチップ用材構成比率16% (17/106) →平成12年では50% (71/143)。またチップ用材が急増し(17→71)、逆に製材用材がかなりの減少をしている(88→71)。トータルとしては、106→143と急増しているの、結局、チップ用材の県産材需要が大幅に急増したということは確かである。

このことは、平成11年(1999年)と平成12年(2000年)の間に何か重大なことが生じたと考えざるを得ない。

(4) 木材供給体制に関する若干の考察

以上、佐賀県の木材流通概況を見てきたが、その結果として、何が言えるかについて若干考察してみたい。

- ① 樹種別素材生産の推移(H12→H15)について見てみると、スギ・広葉樹の割合が減少している。ヒノキは同じ生産量を維持している。(価格が影響しているのかもしれない?)
- ② チップ用材の素材生産量がH11→H12にかけて急増している。
- ③ チップ用材の出荷先はほとんどが県内である。県内に大きなチップ工場がH12年にできたのか?
- ④ 純県産製材用材の県内需要充足率は、H11:11%→H12:9%→H15:7%と減少している。同様に、純県産製材用材の最終的需要への県内留まり率もまた、H11:43%→H12:27%→H15:20%と減少している。

要するに、製材用材は県外に向けて出荷される傾向が強まっている。

- ⑤ 県産材の流通の主なパイプは、「素材生

産→原木市場→県内製材→〈製品マーケット〉→(流域内大工工務店)→県内消費」であるが、上記④のように、パイプの太さが次第に細くなりつつある。

流通経路の多様化が進行していると思われる。したがって、流通ネットワークの構築もまた、多岐に分岐した複雑なネットワークが求められると思われる。

- ⑥ 各年の素材から製品への歩留率がかなり大きく異なっていたが、これはそれほど異なるものではない。おそらく、西部流域センターが示した、「スギ74%、ヒノキ79%、外材85%」が正しいと思われる。また歩留率の向上が望まれる。

2.6 林業労働力の育成確保への取組

([2-20] 参照)

林業労働力は、全国的に年々減少している。佐賀県もまた同様である。そのため、国や地方にとって、林業労働力の確保育成は緊急の最重要課題となっている。

ひとつの対策として「緑の雇用担い手育成対策事業」が取られているが、前述(1.3.2)したように、ある程度の成果が得られているが、十分な定着は見られていないようである。

佐賀県では、平成15年度研修人員14名内本格就業者11名(6事業体)、平成16年度研修人員13名内本格就業者12名(5事業体)となっている。かなりの成果をあげていると見てよいであろう [2-31]。

2.6.1 佐賀県の林業労働力の推移

表2-15に見るように、減少傾向と高齢化傾向が歴然としている。平成2年から平成12年の10年間で、就業者数17%減、60歳以上60%増となっている。

2.6.2 林業事業体の現状と課題

林業事業体は全般的に小規模零細で経営基盤が脆弱である。生産規模は4,000m³未満で、500 m³未満が47事業体と87事業体中過半数を占めている。3,000~4,000m³未満規模の

表2-15 佐賀県の林業労働力の推移
(単位：人数は人、指数は平成2年基準)

平成	2年	7年	11年	12年	17年
就業者	442	400	—	365	235
指数	100	90	—	83	53
60歳～	107	135	—	171	—
指数	100	126	—	160	—
作業班員	495	399	370	383	414*
雇用労働者	—	499	390	—	—

(注) 雇用労働者数(一人親方を含む)は [2-21] p.4 による。雇用主体は、平成11年度で、森林組合10、会社8、事業協同組合4、個人事業体65、計87事業体。*平成15年 [2-36] (出所) [2-21] [2-22] [2-36] [2-37] より作成。

事業体があるが、それは何と個人事業体であった ([2-21] p.4)。

〈雇用主体としての林業事業体の課題〉

- ① 経営体質の脆弱性：大部分が個人経営で、全般的に経営規模が零細、生産が少量・分散・分断的で計画生産が困難。資金力が乏しく、機械化が立ち遅れている。景気動向に左右されやすい。
- ② 林業労働力の不足：林家戸数のほとんどが農家林家(農林家)の形態をとっているが、林業後継者・就業者は減少しつづけ、高齢化が進行している。このため、労働力の不足や質の低下が深刻化している。
- ③ 雇用条件の未整備：事業体の経営体質の脆弱性などから、労働賃金や社会保障、その他の労働条件が立ち遅れており、労働力不足に拍車をかけている。
- ④ 森林資源の充実への対応：着実に増してきたスギやヒノキなどの森林資源を有効に生かすための林業事業体の体質強化が求められている。

2.6.3 林業事業体の体質強化

新規就業者を増やすためには、林業事業体の体質強化が大前提である。そのための基本的事項として県は、次の5項目を挙げている。

- ① 計画的な事業量の確保
- ② 林業事業体の組織強化

- ③ 高性能林業機械の導入
- ④ 林業労働力の育成確保
- ⑤ 路網の整備
- (1) 計画的な事業量の確保

これは経営の安定化、雇用の通年化のために不可欠である。そのためには、間伐の推進、コストの低減、生産・流通・加工・販売の一体化、関係機関への働きかけ（関係組織との連携）、施業森林の団地化（集積）、事業の多角化（林産事業への取組）などが必要である。

(2) 林業事業体の組織強化

① 森林組合の組織強化

適正な森林整備には、中核的な担い手である森林組合の組織強化が不可欠である。そのためには、各種の森林所有者の組合加入の促進、森林施業受託の促進、執行体制・財務基盤の強化、事業の拡大などを図る必要がある。

しかし現在の森林組合の素材生産量のシェアはおよそ2割程度しかなく、組織強化には、現状では限界がある。そこで、森林組合の広域合併を推進する必要がある（11組合→6組合）。

② 森林組合以外の林業事業体の組織化

経営形態や事業態様は様々であるが、個人経営が多く概して小規模である。今後は、林業施業の集団化、機械化の推進、それに対応できる規模の事業体の養成が必要である。その方法として、事業協同組合構築の組織化が有効である。この組織化により、経営の安定化への効能だけでなく、認定事業主としての要件が備わることによる各種のメリットが得られる（機械のリース・レンタルや林業労働対策事業の対象となることなど）。

(3) 高性能林業機械の導入

① 林業機械化の効果

(a) 生産性の向上、作業コストの低減

機械化により、労働生産性が機械化前（1.9m³/人日）の2倍近く（3.6m³/人日）になることが目標とされている。

(b) 労働強度の軽減、労働安全衛生の確保

手工具を持った歩行作業が乗用運転作業に

なり、安全衛生性の低いチェーンソー（振動機械）作業が少なくなる。

(c) 労働力確保のためのイメージアップ

(d) 生産供給体制の整備

基本的には機械化を、大規模專業型と小規模兼業型に分け、それぞれをさらに緩斜地と傾斜地に分けて推進する。

② 伐出作業システムの改善（機械化）

伐出作業は大きく、伐木、造材（枝払い・玉切り）、集材からなる。

ある「作業別所要時間」の分析により、伐木20～30%、枝払い・玉切り70～80%となっていることがわかった。そこで、枝払い・玉切り作業の機械化（プロセッサ等の導入）の効果は大きいと判断できる。

集材工程は、機材の架設・撤去に要する時間のウエイトが大きいため、架設・撤去が簡便なタワーヤードと機動性のある自走式機器を組み合わせたシステムを構築する。（ただし、タワーヤードが使用されるのは傾斜地のみである。）

本県では、今後近い将来、年間伐採可能量として今の素材生産量の2倍以上を見込んでいる。そのための生産供給体制の整備を図るためにも機械化が必要とされている。

③ 林業機械化の課題

(a) 採算性に見合う稼働率の確保

(b) オペレータの確保

(4) 林業労働力の育成確保

① 林業労働力確保の困難性

林業事業体の経営基盤の脆弱性などから来る雇用条件の劣悪性・雇用管理の不備、林業労働の特性などから、林業労働力の確保は相当困難である。

賃金は建設屋外労働者のそれを1割以上も下回る（H10年）。賃金支払い形態は日給制がほとんどで、社会保険はほとんどの保険種において未加入率が高くなっている。

また作業の足場は悪く危険で、作業場は移動的で、作業時間は季節や天候に左右されて間断的で、就労条件が不安定・危険である。

作業自体も安全衛生面において危険度が高くなっている。

平成11年データで見ると、全国で2,914件（内、死亡71件）の林業労働災害が発生、佐賀県では17件（内、死亡0件）発生している。ただし、発生件数は減少傾向にある。

② 林業労働力の育成確保対策

林業事業者の自助努力と行政の支援によって推進する。

(a) 雇用の明確化

雇入れ通知書の交付，就業規則・賃金規程等の明示的整備が必要である。

(b) 労働条件の改善

研修制度の充実，定住条件の整備，通年雇用体制の整備，月給制の導入促進，所得の向上，労働基準法（特に週40時間労働制）完全適用に向けた取組などが必要である。

(c) 福利厚生の実施

各種制度の整備・拡充：休日・休暇制度の確立，社会労働保険制度・退職金共済制度等の加入促進に取り組む。また各種福利厚生施設の充実に向け努力する。

(d) 林業労働安全衛生の取組

労働災害防止教育の徹底，健康診断・健康相談の実施，労働災害防止運動の推進（関係機関による指導），「職場で進める安全活動の定着」^{〔*〕}，林業機械の導入による労働環境の改善に努める。

* 「職場で進める安全活動の定着」

安全懇談会，KYT（危険予知訓練），指差し呼称確認，相互注意運動，4S（整理，整頓，清潔，清掃運動），TBM（ツールボックスミーティング）など

(e) 効果的な求人活動

林業労働力確保支援センターに委託して，募集活動・合同求人説明会を行うのが効果的である。その際，的確な求人条件を設定することが肝要である。また地域内の事業者の採用条件が一定水準に近いことも重要である。

(5) 路網の整備

路網整備は，林業の機械化推進とコスト削

減のために不可欠である。

林道は高性能林業機械が簡便に搬入・搬出できるように整備し，作業道は林道等につなげ，効率的な作業が可能となるように整備する。路網の整備に当たっては，地域特性や森林資源の内容，高性能林業機械の稼働性等を十分に踏まえて計画的に実施する。

2.7 森林組合の動向と経営実態の概況

林業において森林組合は中核的担い手であると言われながらも，素材生産では20%程度のシェアしかないというのは，かなりの驚きであった。それでも林業労働力の主要な雇用主体であり，森林施業の主要な担い手であることは言うまでもない。したがって，森林組合について概略を把握しておくことは，森林・林業の調査において不可欠の課題である。

2.7.1 佐賀県の森林組合の概要

佐賀県の森林組合数は平成9年度15組合あったが，現在11組合ある。その間，平成12年度には8組合にまで減少したが，その後増えて現在に至っている。前述のように経営基盤強化のために，広域合併により6組合にすることが現在の目標として掲げられている（〔2-32〕参照）。

表2-16に示されているように，佐賀県の森林組合は比較的所有面積は少ないが，組合員数は多い。けれども，総損益では全国レベルに近いデータを出している。

作業班員数では全国をかなり上回っており，かつ60歳以上の作業班員数も全国よりかなり下回っているという，好ましい値を示している。

けれども福岡県の場合と同様に，内実は組合間の格差に大きいものがある。

2.7.2 森林組合間の格差…経営指標

表2-17に示すように，相当の格差がある。ここで，まず好成绩の組合として，総資本利益率の最も高い組合「富士大和」と売上高総利益率の最も高い組合「まつら」に注目してみたい。

森林と住のグリーンマネジメント in 九州 (下)

表2-16 森林組合の主要指標

	単位	1 組合当たり平均			佐賀県 全国比	福岡県 全国比	
		佐賀県 15年度	福岡県 15年度	全国 14年度			
組合員所有面積	ha	4,647	4,338	11,445	40.6%	37.9%	
組合員数	人	1,400	1,115	1,679	83.4%	66.4%	
払込済出資金額	千円	32,655	35,587	51,833	63.0%	68.7%	
事業部門	総収益	千円	184,896	174,396	272,646	67.8%	64.0%
	総費用	千円	123,595	117,384	207,067	59.7%	56.8%
	総損益	千円	61,301	57,012	65,579	93.5%	86.9%
作業班員数	人	37.6	9.3	27.7	135.7%	33.6%	
60歳以上の割合	%	34.8	—	44.4	78.4%	—	

(出所) [2-32] pp.4,6,15, [2-33] および [2-34] p.1.

(1) 「富士大和」と「まつら」の特徴

富士大和森林組合 (F), まつら森林組合 (M) とともに所有面積が大きい, 1位がMで, 2位がFとなっている。ところが収益が大きいのはFのほうで, 総資本利益率もこちらが大きい。

その最大の理由は出資金にあると思われる。つまり, Fのほうが比較的少ない出資金を有効に使っていると思われる。

Fの出資金: 46,750千円 (組合員一人当たり出資金28.84千円)

Mの出資金: 93,716千円 (組合員一人当たり出資金48.31千円)

これによってFのほうは, 総資本利益率および総資本回転率は比較的高くなっていると思われる。

しかしMは, 自己資本比率と流動比率が最高で高い安定性を示している。また, 売上高支払利率は最低, 売上高総利益率は最高などと, 高い収益性を示している。

次に, 成績が芳しくない2つの組合 (売上高総利益率が最も低い「鳥栖市」(7.8%)と売上高事業利益率がマイナスで最も低い「七山村」(△1.5%)) に注目してみたい。

(2) 「鳥栖市」と「七山村」

鳥栖市森林組合は, 所有森林面積が他に比

表2-17 森林組合の経営指標 (県合計)

(単位: %, 回)

区分		H15	最低	最高
安全性	自己資本比率	44	12	85
	流動比率	190	81	780
	固定比率	233	80	836
	固定長期適合比率	185	60	836
効率性	総資本利益率	6.6	0.6	14.8
	総資本回転率	1.2	0.6	1.8
収益性	売上高総利益率	33.2	7.8	44.0
	売上高事業利益率	4.9	△1.5	8.2
	売上高経常利益率	5.5	0.5	10.2
	売上高支払利率	0.13	0.01	0.7
	事業管理費率	85	75	105

(注) 固定比率 = 自己資本 ÷ 固定資産

固定長期適合比率 = (自己資本 + 長期借入金) ÷ 固定資産

事業管理費率 = 事業管理費 ÷ 事業総利益

(出所) [2-32] pp.15, 40-41.

し、極端に少ない（平均4646.5haに対し703ha）。また、一人当たり出資金も極端に少なく、平均23.33千円に対し1.20千円（自己資本を抑えている）。他方、固定資産が極めて少ないために、固定比率が極端に高くなっている（836%）。

事業は相対的に少なく、ほとんどが「利用」であるが、「指導」も一部行っており、「指導」の収益効率が高くなっている。しかし「利用」の効率が悪く、売上高総利益率が低位にとどめている（表2-18）。

七山村森林組合は、平成15年度事業利益が赤字であった（13年度・14年度も赤字）。

当組合の特徴は、一人当たり出資額が最も高い点である（平均23.33千円に対し57.07千円…平均の2.4倍）。組合員所有森林面積は平均より31%少ない3,200haであるが、組合員一人当たり所有面積は2.25ha/人と平均1.62ha/人に比べて相当多い）。

事業は活発に展開され、事業総利益はそれなりの成績を上げているのであるが、事業管理費が大きく（事業管理費率が最大の105%）、赤字（事業損失）となっている（表2-19）。

なお七山村森林組合は、総資本回転率も最も低い0.6回で、大きな資本の運用に苦しん

でいる（総資本は「富士大和」について2位の大きさ）。

2.8 佐賀県森林吸収源対策推進プランの概要（[2-35] 参照）

京都議定書で、森林によるCO₂吸収源として認めている手法として、次の3つがある。

- (a) 新規植林：過去50年来（1962年以降）森林がなかった土地に植林
- (b) 再植林：1990年以降、一度も森林でなかった土地に植林
- (c) 森林経営：持続可能な方法で森林の多様な機能を十分に発揮するための一連の施業を行った森林

佐賀県は、上記(c)による吸収源対策を促進することとしている。その理由は、(a)と(b)に取り組める森林がほとんどないからである。

そこで、本県が目指す吸収源としての森林経営は、「1990年以降に適切な森林施業（植栽、下刈り、除伐、間伐等の行為）が行われており、法令等に基づき伐採・転用規制等の保護・保全措置が適正に実施されている」森林を作り出すことである。また森林経営は、次の3種の各森林に応じて行われる。

表2-18 鳥栖市森林組合の事業総損益

(単位：千円)

総数		指導		購買		利用		事業
収益	費用	収益	費用	収益	費用	収益	費用	総利益
14,168	13,059	404	2	15	13	13,749	13,044	1,109

(注) 他の事業＝「販売」「金融」「森林経営」は、すべて0。

(出所) [2-32] pp.24-25.

表2-19 七山村森林組合の事業総損益

(単位：千円)

総数		利用		その他の事業		事業	事業	事業
収益	費用	収益	費用	収益	費用	総利益	管理費	損益
135,867	92,176	93,753	54,773	42,114	37,403	43,6919	45,717	△2,026

(注) 「その他の事業」は、「指導」「販売」「購買」「金融」「森林経営」。

(出所) [2-32] pp.24-25.

(イ) 育成単層林
皆伐し、再植林するもの。
必要な森林整備等を行うことが森林経営。

(ロ) 育成複層林
部分的に伐採し人為により更新するもの。
必要な森林整備等を行うことが森林経営。

(ハ) 天然生林
主に天然の活力により保全管理するもの。
保安林や自然公園といった法的規制による
保全管理を行うことが森林経営。具体的には、
保安林の適正管理を行うことである。

2.8.1 取組方針

2020年(平成22年)に向けた方針は、森林・林業基本法に示された目標どおりに計画(森林・林業基本計画)を達成し、その目標の吸収量確保を目指すことである。

そのためには現状を確認し、目標に向けた森林整備等の改善を図る必要がある。

現状では、育成林の中に未整備森林が26,629haあるので、これを整備し、適正な森林にしなければならない。

表2-20(a)(b)から次のことが言える。

- ① CO₂を吸収していない森林が2種類ある。内、天然生林「その他」は吸収源になりえない森林で、育成林「未整備森林」は森林整備により「適正な森林」にでき、CO₂吸収源になりうるである。
- ② 育成林「未整備森林」を完全に「適正な森林」にすることにより、吸収源森林は100%になり、目標は達成される。
- ③ 未整備森林が育成林中42.4%もある。
- ④ 現状ベースでいくと、純吸収量は目標(55,438Ct)の半分も満たない。
- ⑤ 天然生林「その他」は、結構広大であるが、これをどうにかして吸収源にできないのかという疑問が生じる。

2.8.2 取組方策

(1) 育成林の森林整備

森林組合の経営基盤の強化(広域合併の推進を中心として)、木材の生産・流通・加工一貫体制の整備、林道・作業道の整備、高性能

表2-20(a) 森林・林業基本計画の目標が達成された場合

(単位:面積ha, 二酸化炭素Ct(炭素トン))

森 林	面 積	全吸収量(Ct)	木材供給量(Ct)	純吸収量(Ct)	
育成林	62,763	119,133	63,695	55,438	
天然生林	保安林等	4,539	(100%)	(53.5%)	(46.5%)
	その他	17,789	0	0	0

(注)「その他」は天然生林中の「保安林でない森林」のこと(佐賀県へのメールによる問い合わせ)

(出所) [2-35] p.5.

表2-20(b) 現状ベースで森林整備が推移した場合

(単位:面積ha, 二酸化炭素Ct(炭素トン))

森 林	面 積	全吸収量(Ct)	木材供給量(Ct)	純吸収量(Ct)	
育成林	未整備	26,629	0	0	
	適 正	36,134	70,333	50,198	
天然生林	保安林等	4,539	(100%)	(71.4%)	(28.6%)
	その他	17,789	0	0	0

(出所) [2-35] p.5.

林業機械の導入などの推進。

<木材需要の拡大>

乾燥材の供給体制の整備、各種団体の連携を図るための「地域住宅協議会」の設立、公共工事への木材活用の推進、県民運動やボランティア活動の展開、森林教育などの推進。

(2) 保安林等の保全管理

保安林の計画的な配備、森林法に基づく伐採および伐採後の届出制度の周知徹底、治山設備の整備、自然公園法や自然環境保全法に基づく制度の活用などの推進。

2.8.3 「重点区域」設定による取組

本県は、未整備森林に対して一度に取り組みむという考え方ではなく、整備・保全についてモデル的役割を果たす森林区域を「重点区域」として設定し、その波及効果に期待するという方法を採用している。

重点区域の設定基準としては、

- ① 100ha以上のまとまりのある森林
- ② 吸収源対策に大きな貢献が期待できる区域

の2つがある。

当プランでは、東部地域と西部地域にそれぞれ1つ計2つの重点区域が設定されている。その内容は、保安林である育成単層林に対する本数調整伐（一部、間伐）で、実施主体はほとんどが佐賀県（一部、森林所有者）となっていて、ほとんどが治山事業である。

2.9 おわりに

佐賀県は佐賀平野で農業が盛んな県であるが、林業にも力が入れている。また謂れある山々がある。

森林は地理的には、南北を主として、西側に広がっている。東より中央部および東側には平野が広がっていて、森林はほとんどない。しかし木材市場は、「森林に近接」というよりも「交通の便」に立地条件の主体があるように思われた。

佐賀県の森林率は45%と低いが人口林率は66%と高く、また高い林道密度（全国一の12.3m/ha）から見ても林業重視の度合いが伺える。

しかし森林資源は充実しており、伐採期を迎えている人工林面積は60%に達しているにもかかわらず、木材価格の慢性的低迷などによる林業事業者（特にその中核としての森林組合）の経営基盤が脆弱化、林業労働力の急激な減少と高齢化などで、木材供給体制に対する不安が募っているのが現状である。その早急な体制整備が求められている。木材供給体制の整備のためには何よりもまず森林組合がしっかりしなければならぬ。適正な自助努力と行政支援が求められている。

森林の吸収源対策にも努力が注がれている。その対策としては、東部地域と西部地域に大きく分けて2つの重点区域（モデル森林）を設定し、育成林に対する本数調整伐を実施するというものである。

3. 長崎県の森林・林業

3.1 はじめに

わが国は森林の公益的機能の重視と林業の見直しが林業基本法の改正へとつながり、森林・林業基本法が平成13年改正・施行されたが、いま全国的に林業は低迷し、また森林保全の担い手が減少しつつあり、持続可能な森林経営が危惧されている。森林の担い手としての農山村の住民が都市に流出し、農山村の過疎化と高齢化が進行していることも、健全な森林・林業経営の困難化と無縁ではない。

このようなことは長崎県の場合も同様であると思われるが、実態はどうであろうか。長崎県は離島・半島が多く地勢的に地域間格差が大きいので、その点も関心がある。また森林の健全経営の維持と林業の振興のためにどのような取組がなされているのか関心がある。ここでは、長崎県の森林・林業の振興施策、農山村の現状および森林吸収源対策等について述べた。

3.2 長崎県の森林について

本県は、離島・半島が多く、全国有数の長い海岸線を有する県で、海の影響を強く受けている。また県土は、急峻な地形や脆弱な地質が多く、台風が常襲するといった厳しい自然条件がある。そこで、山地災害の防止を目指した森林整備が重要になると同時に、森林経営や林業経営が厳しいものとなっている。最近では、間近に伐期を控えている森林が多くあり、更なる森林経営体制の整備が急がれている。

また県民の森林に対する要求の重点が林産物から森林を利用した保健・文化活動や教育的活動へとシフトしているの、それへの対応も求められている。

3.2.1 森林面積と森林率等—地域的特徴

長崎県は、過疎率62%（過疎市町村数49／市町村数79…H14）であり、森林率（全国

65.9%, 九州63.7%に対し本県は60.5% (県土総面積4,093km²中, 森林面積2,475km²) …H13~14) ([3-1] p.2) となっている。これをみると若干, 平均に比べて森林率が比較的低い。また人工林率 (人工林/立木地 (面積)) 45.2% ([3-1] p.5) となっており, 人工林率が九州平均に比べて比較的低い (九州60.3%, 全国43.7%) [3-17]。これは同県が離島・半島が多いなどの故であろう。

本県は, 原生林またはそれに近い自然林の「件数」としては, 九州において最も多く残っている (表3-1)。

表3-1 原生林またはそれに近い自然林における群落の件数と面積

県・地域	件数	面積ha	全国比
福岡	17	1,484.5	0.24%
佐賀	23	428.4	0.07%
長崎	41	1,579.8	0.25%
熊本	21	10,511.6	1.69%
大分	36	11,108.9	1.78%
宮崎	19	17,842.6	2.86%
鹿児島	22	4,089.5	0.66%
九州	179	47,045.3	7.55%
全国	1,462	623,484.7	100.00%

(出所) [3-2] より作成。

3.2.2 流域別森林づくりについて

本県は他県に比べて, 離島・半島が多いことと関連して, 地域間または流域間における森林・林業の格差が大きいことが顕著である。本県は, 大きく次の4流域に分けて林政に取り組んでいる。

- ① 長崎南部流域 (長崎地域と島原地域)
- ② 長崎北部流域
- ③ 五島・壱岐流域 (五島地域と壱岐地域)
- ④ 対馬流域

この中で最も森林面積が多いのは, ①長崎南部流域77,714ha (総土地面積159,501ha) (森林率48.7%), 次いで④対馬流域63,218

ha (総土地面積70,846ha) (森林率89.2%), 3位は②長崎北部流域53,498ha (総土地面積101,568ha) (森林率52.7%), そして4位は③五島・壱岐流域49,127ha (総土地面積77,222ha) (森林率63.6%) の順となっている。しかし森林率で見ると, 1位④対馬流域, 2位③五島・壱岐流域, 3位②長崎北部流域, そして4位①長崎南部流域となっている。つまり, 離島地域は森林率がそうでない地域に比べてかなり高くなっていることが分かる。しかし, もっと細かく見た場合, 離島地域でも森林率が低い地域もある。たとえば, 壱岐地域 (離島) は森林率が35.2%しかない。(これについての一般論を導き出すためにはもっとデータと分析が必要であろう。)

人工林率 (民有林人工林面積/県全体の森林面積) についてみると, 1位②長崎北部流域41.0% (人工林面積21,955ha), 2位①長崎南部流域39.4% (人工林面積30,624ha), 3位③五島・壱岐流域38.1% (人工林面積18,695ha), 4位④対馬流域30.8% (人工林面積19,491ha) となっている。この人工林率は国有林を分母に含むので, 比較的国有林を多く含む①長崎南部流域と④対馬流域はこの値が相対的に低くなっている。民有林人工林率 (民有林人工林面積/民有林森林面積) についてみると, 1位①長崎南部流域46.9%, 2位②長崎北部流域44.0%, 3位③五島・壱岐流域41.5%, そして4位は④対馬流域33.6%となり, 1位と2位の順位は逆転する。

以上のデータより, ④対馬流域は森林率が非常に高いが人工林はかなり低い。しかし当該流域の素材生産量は, 圧倒的に他流域に比し高い [3-3]。

3.2.3 保安林について

当県の保安林は, 国有林16,845ha (国有林 (官公造林含む) 比約66.6%), 民有林42,643ha (民有林比19.5%), 計59,488ha (県土面積比24.4%) である (H16.3.31) ([3-1] pp.5,165)。ちなみに国全体でみると, 国有林の保安林率54.9%, 民有林の保安林率

27.4%で、全体（国・民）に対する全保安林率は36.0%（H14.3.31）[3-4]（表3—2）。

表3—2 長崎県の保安林

		森林面積	保安林面積	保安林率
長 崎 県	民有林	218,476ha	42,643ha	19.5%
	構成比	89.6%	71.7%	—
	国有林	25,287ha	16,845ha	66.6%
	構成比	10.4%	28.3%	—
民・国計		243,764ha	59,488ha	24.4%
		100%	100%	—
全 国	民有林	17,283千ha	4,875千ha	28.2%
	構成比	68.8%	47.9%	—
	国有林	7,838千ha	5,311千ha	67.8%
	構成比	31.2%	52.1%	—
民・国計		25,121千ha	10,187千ha	40.6%
		100%	100%	—

（注）長崎県の面積はいずれもH16.3.31現在。全国の「保安林面積」は「実面積」（H16.3.31現在）、全国の「森林面積」はH14.3.31現在。
（出所）[3-1]pp.6, 165, [3-4]および[1-4]p.140。

本県の民有保安林は増やすように計画されている。なお、これまで保安林指定（例えば平成15年度1,827ha）がされ続け、増加し続けているが、解除は微々たるものに過ぎない（例えば平成15年度38ha）（[3-1] pp.170-171）。保安林種（面積）で圧倒的に高いのは、水源涵養林であり、次いで土砂流出防止林である（それぞれ国全体：67.3%，22.1%，長崎県：54.1%，27.3%）。

保安林率（民有林保安林／民有林（面積））を地域間で見ると、1位：五島26.0%，2位：長崎24.7%，3位：島原21.9%，4位：対馬16.6%，5位：県北13.3%，6位：壱岐2.8%となっている（H16.3.31）（[3-1] pp.6-8, 166-168）。

3.3 森林の現状と課題

県土の6割を占める森林は、公益的機能の評価額は約1兆1千億円と高く評価されてい

る[3-3]（熊本県は約1兆5,500億円（1ha当たり約330万円））[3-12]。それだけ森林に対する期待が大きいのである。このような高い評価を裏切らない森林整備が必要である。

本県の森林は全般的に急峻で地質は脆弱であり、梅雨時の大雨や台風の影響でしばしば大規模な災害に見舞われており、このため山地災害防止や災害復旧が大きな課題となっている。また防風・防潮効果の高い松林が依然、松くい虫の被害にあっている。

また県民の森林に対する要求としては、保健・休養とか文化活動、あるいは教育活動に森林を活用するという傾向が強まっているので、それへの対策も講じる必要がある。

更にはツシマヤマネコに代表されるような野生動物の多様性（生態系）保護の動きにも対応する必要がある。

以上のような現状・課題に対して、本県は以下のような対策を講じている[3-3]。

3.3.1 重視する機能に応じた森林の区分

森林を水土保全林、森林と人との共生林、および資源の循環利用林の3つに区分し、その機能を発揮させるように森林整備を推進する。

3.3.2 暮らしを守る森林整備

離島・半島が多く急峻な山地が海岸にせり出している地形が多い。このため、河川は短くかつ急流なものが多い。そのような河川では雨が降ってもすぐに海に流れ込んでしまう。特に都市では生活用水等が増加しており、それとの関係もあって水供給量が不足がちとなるので、その安定化が必要とされている。

また地形・地質の関係で梅雨や台風による山地の崩壊や地滑りの危険の高いところが多いが、最近の都市化の進展に伴う斜面の開発がそうした危険を更に強めている。これに対する対策として、水源涵養機能と山地災害防止機能、その他、保健休養や魚つき機能等を持つと期待される森林を保安林に指定し、適切な管理をするなどの対策を講じる必要がある。これにより、森林の公益的機能の高度発

揮を図る。

3.3.3 森林病虫獣害対策

本県は全国でも海岸線が長い有数の県であるが、そのために防風・防潮機能を持つ松林が多く、その意義は高い。この松林の最大の敵が松くい虫である。松くい虫の被害が依然として発生している（平成13年度約6,400 m²）[3-9]。また対馬をはじめとするシカの被害も大きい（平成13・14・15年度各駆除実績1,553；1,467；1,395頭）。更には、五島・杵岐地区にはタイワンリスによる被害が拡大しつつある（長崎県福江島鬼岳を中心に広範囲に発生しており、九州全体で被害面積は約34ha、被害本数は約11万本と推定 [3-13]、長崎県駆除実績4,380匹（平成15年度）（[3-1] pp.148-149））。これらに対して対策が求められている。

3.3.4 野生生物との共生

ツシヤママネコは貴重な野生動物として名高いが絶滅が危惧されているので、この保護にいま官民一体となって取り組んでいる（1990年代の推定生息数70～90頭 [3-14]、平成22年度目標100頭 [3-15]）。

森林はそうした野生動物や植物の生息地である。日本の自然ないしは（森林を主とする）生態系は、「特に希少な生物種が多い一方で破壊の危機が大きく、保全が急務とされる世界の34地域の一つ」に認定された、大変貴重なものであることを我々は認識すべきである [3-5]。本県は、野生生物の多様性に配慮した森林整備を行っている。

3.3.5 森林空間の利用

県民の森林に対するニーズは益々高まっている。例えば、森林レクリエーション、青少年の情操教育、森林を活用した交流など。こうしたニーズに対応するため、既存の設備の活用を含めた県内諸施設の総合的再配置・整備の検討が求められている。

また里山林や都市近郊林等の県民参加のもとでの整備もそうしたニーズに応えるために必要である。

県内には、重要な施設の代表的なものとして「長崎県民の森」があるが、これは昭和43年3月に開園、当初82haでスタートしたが、平成6年1月に隣接する国有林を購入し区域を拡大、施設の拡充を図り、平成10年度に完成した。完成した10年度の利用者数は、これまでの最大で186,563人であった。平成11年度は約13万人と激減したが、その後漸増し、平成14年度は148,211人まで回復している [3-6]。

県としては、こうした森林公園の維持管理費が相当高額であることから、その効果が期待されるべきものでなければならぬであろう。

なお県民の森の所在地としては外海町であるが、その区域面積は382haと広大で外海町・大瀬戸町・琴海町の3町（西彼杵半島中央部）にわたっている。またこの広大な区域内にある森林の整備（天然林整備、本数調整伐・枝打、樹下植栽）も着実に行われてきた [3-7]。

3.3.6 林内路網の整備

路網は森林経営のためのインフラ的存在で、森林機能の向上と木材の生産・伐出に不可欠なものである（表1-4、表3-3）。

表3-3 路網計画

密度 (m/ha)	基準年 (H12年度)	中間目標 (H17年度)	目標 (H22年度)
林道	6.8	7.2	7.9
作業道(路)	3.1	3.4	3.9
林内公道	14.0	14.0	14.0
林内路網	23.9	24.7	25.9

（出所） [3-3] p.42より。

本県の山林は急峻で地質が脆弱ということから路網整備コストは割高であるが、それにもかかわらず、着実に整備が推進されている。

ちなみに宮崎県の林内路網密度は33.3m/ha（九州一）で [3-8]、これと比較してか

なりの開きがあるが、全国平均15～16m/haをかなり上回っている [3-16]。

3.4 林業・木材産業の現状と課題

戦後の拡大造林によって本県の人工林は急増しているが、最近の造林は微々たるものとなっている。例えば、昭和39年度造林実績は4,500haあまりあったが、その後急速に減少し平成15年度ではわずか113ha（再造林と拡大造林）に過ぎない（[3-9] p.7および [3-1] p.49）。

本県の人工林の特徴はヒノキの割合（面積）が高いことである（人工林中ヒノキの割合約65%）。また広葉樹が多いことも特徴といえる（民有林中広葉樹林比52.9%）（H16.3.31現在）（[3-1] pp.6-7,11）。そこで本県は「長崎ひのき」のブランド化に向けて努力している。

表3-4 民有林樹種別森林面積割合
（森林面積（竹林・無立木地等を除く）比%）

	スギ	ヒノキ	その他 針葉林	広葉樹
長崎県	14.1	28.5	1.7	55.7
鹿児島県	30.8	17.4	6.9	44.9

（注）長崎県はH16.3.31、鹿児島県はH13.3.31現在。（出所） [3-1] [3-10]

木材移入県の本県は県産材のシェアを拡大しようとしている。そのためには素材生産体制や木材の安定供給体制の整備が求められる。

3.4.1 素材生産体制の整備

素材生産体制の整備としては、担い手の充実と林業経営体の健全経営化、森林施業の計画的実施、インフラ（路網、情報網など）整備、高度林業機械化と高効率作業システムの確立（少人化とコスト削減、高品質化）などが重要である。

3.4.2 木材製品の安定供給体制の整備

これは、流通・加工体制の整備が重要である。素材生産から消費をつなぐ適正規模のバ

イプを確立し、その中を流れる流量の安定化とパイプ内（はじめから終わりまで）の通りを良くすることである。そのためには、ニーズや住宅関連法に適合した良質素材・製品等の生産の品質管理（例えば木材乾燥施設、高次加工施設等の整備）、素材生産、設計、加工・工事（大工、工務店など）、流通業者等間の連携・提携、情報システムの確立などが必要である。

また環境問題とも関連するが、林地、製材所、建築現場で発生する未利用材の活用も大きな課題である。

3.5 農山村の現状と課題

農山村の過疎化・高齢化によって森林管理や林業を支える森林施業従事者や林業就業者が減少したり、高齢化したり、一部の森林所有者が不在村化している。このために森林管理や林業の活性化のためにも農山村の定住化政策は重要である。定住化にとって必要なものは生活基盤・条件の整備である（[3-3] p.8）。

3.5.1 定住化の促進

生活基盤の整備（山地災害防止、水資源確保、自然環境保全、連絡道・避難道整備などの緊急時対策の充実、集排水施設の整備など）、就労の場の確保（農林業の複合経営、特用林産物の生産、森林組合等の林業事業体の就業者受け入れ体制の整備など）、都市との交流の推進（情報通信・交通基盤の整備、森林活動の参加等）が不可欠である。

3.5.2 森林資源の利用・開発

本県は定住化の第1の手段として森林資源の利用・開発（所得の向上）を掲げている。特用林産物としては、しいたけ（乾・生）、たけのこ、木炭、椿油、竹材、ブナシメジなどがある。これらの作目は、それぞれ振興地域がある。例えば、乾しいたけは対馬、生しいたけは長崎市、諫早市、島原市、…、対馬全町、たけのこは長崎市、佐世保市、…等といった具合である。各作目ごとに問題点を抱えて

いる。例えば、乾しいたけは、「生産者の高齢化及び後継者不足、生産基盤の遅れ、しいたけの輸入増に伴う価格の低迷、気象による減収」などである。[3-11]

本県の特用林産物生産額（平成14年次）は、総額36.5億円で、内訳上位3位は、しいたけ15.8億円（菌床14.2）、えのきだけ7億円、乾しいたけ5億円と、圧倒的に菌床栽培しいたけが多い（生産者としては、平戸しいたけ生産組合が圧倒的生産を誇っている）。

主な助成制度として次がある（15年度予算）[3-11]。

○ 特用林産振興対策

対馬しいたけの品質向上のための指導、流通対策、しいたけ品評会、平戸市森林組合の菌床しいたけ施設助成等

○ 対馬しいたけ生産販売戦略事業

人工ほだ場、散水施設の導入助成

3.6 長崎県の森林吸収源対策推進プラン

（平成15年9月4日策定）[3-20]の概況

長崎県も、新規植林・再植林ではなく、森林経営（持続可能な方法で森林の多様な機能を十分に発揮するための一連の施業を行った森林づくり）で吸収源対策を推進している。本県の森林率は約60%で、そのうち民有林90%、国有林10%、人工林率は43%となっている（H14.3.31現在）[3-18]。民有林保安林42.6千ha（指定率19.5%）では、水源涵養が20.1千ha（保安林中47.2%）と最も多く、吸収源としても重要な役割を果たしている（[3-1] p.165）。

ところで、吸収源としての森林は適正な森林経営（整備）がなされている森林、いわば「適正森林」でなければならない。適正森林は、人工林と天然林に分けて考えられている。人工林が適正森林であるためには、適正な森林整備（間伐等）が行われている必要がある。また天然林は、自然公園法等の法的規制により保護されている森林が適正な森林とされている。

人工林についてみると、実際には、木材価格の低迷等により林業活動が停滞し、適正な森林経営が行われていない人工林（未整備森林）が増えている。これを改善、すなわち適切な整備をする必要がある[3-20]。また天然林については、規制をかけて吸収源森林にする方向が考えられる。

さらに本県では、松くい虫の防除事業や山腹崩壊等の災害から守る治山事業を計画的に推進して森林の健全維持を図っている[3-20]。

3.6.1 取組方針

全国での森林吸収源の目標は、1,300万Ct（3.9%）であるが、現状の森林整備の実績では970万Ct（2.9%）（目標に対し△26%）にとどまると予想されている。

一方、長崎県では、森林によるCO₂吸収量として15万Ctを見込んでいる。ところが現状の森林整備水準では、11万9千Ct程度（見込みに対し△21%）にとどまると予想されており、早急の対策が必要とされている。

長崎県の人工林の整備状況についてみると、整備が行き届いている林分は林道に近い森林に限られ、整備の遅れた森林の多くは奥地に存在し、またその実態がよくわかっていないのが実情である。

このため、本県では、整備不十分な森林を「重点区域」として特定し、必要な作業種・作業量を把握し、その上で、必要な施策の展開を図ることとしている[3-20]。

この重点区域という方法は佐賀県の場合と同様に、モデル的役割を重点区域に課し、育成林および保安林等のすべてに、その波及効果が及ぶことを狙ったものであるといえる。

さらに本県は、「災害等で公益的機能が低下している森林を計画的に保安林に指定し必要な保全措置を図り」森林改良して吸収源森林を増やしていくことにしている[3-20]。

3.6.2 取組方策

「地域森林計画の内容を踏まえ平成15年から平成19年までの5ヵ年の計画期間に除間伐

を中心とした「森林整備事業」及び必要な治山施設の設置や本数調整伐を行う「治山事業」を計画的に実施」[3-20]する。また松くい虫防除事業も行う。これらの事業は、重点区域を優先して行う。

保安林の指定増については、「ふるさと緑の生活環境基盤整備事業」を活用して促進し、平成22年までに保安林面積を48,400ha（指定率22％）にまで増やす [3-20]。

3.6.3 重点区域の考え方 [3-20]

＜選定の考え方＞

佐賀県と同様の考え方で、次のように選定する。森林整備が不十分で、区域としてのまとまりが100ha以上ある人工林を選ぶようにする。このとき重要な合意形成を、所有者、地域住民、市町村、森林組合・林業事業者等に対して図っていく。そのためにインターネット対応の森林総合GISシステムを活用したり、森林ボランティア活動の導入を促進し、普及啓発活動を展開する。

選定の結果として、本県では重点区域として9区域が選ばれた。佐賀県に比べて数倍も多い。

- | | |
|-------------|------|
| ① 長崎林業事務所管内 | 2 地域 |
| ② 島原振興局管内 | 1 地域 |
| ③ 県北振興局管内 | 2 地域 |
| ④ 五島支庁管内 | 2 地域 |
| ⑤ 対馬支庁管内 | 2 地域 |

たとえば⑤対馬の場合、昔から林業が盛んであるが、近年の無垢材価格の低迷による林業の不振から、奥地の森林を中心とした手入れ不足の人工林が多くなってきている。これらの森林への作業道の開設、その他、各種補助事業の積極的活用を展開する [3-20]。

3.7 おわりに

長崎県のまとめを以下の様に示す。

まず、長崎県は森林・林業に対する取り組みが県民の意識を高めることにより重点を置いている。また地域間で、それぞれ異なった特徴があるため、森林・林業に対しても異

なった取り組み方が必要とされている。また自然災害の可能性が高いので、保安林管理を含めた森林管理の必要性が高い。

競争力のある林業経営の確立を目指した取り組みも意欲的になされている。生産・流通・消費にいたる製品の安定的供給を実現しうる生産・流通体制の確立である。また特用林産物生産の振興も地域振興と過疎対策および住民の定住化・所得向上をねらって積極的に展開されている。

おわりに

本「下」では、九州7県のうちの福岡県と佐賀県・長崎県についてみてきた。一番あとに調査した佐賀県の報告が多大となってしまう。資料も新しく、また比較的豊富であった性もあるし、終末努力というか、最後なのでつい力が入ってしまった。

私は、福岡県は福岡市や北九州市といった大都市があるので、林業は相当貧弱であるという先入観があった。また佐賀県も、佐賀平野があって農業は盛んであるが、林業は相当貧弱であろうという先入観があった。長崎県は、古くから対馬が林業が盛んではあるが、全体的には離島半島が多く、やはり林業はかなり低迷しているといった先入観を持っていた。

ところが、調査をしていくうちに、各県は森林・林業に真剣に取り組んでいる様子が次第にわかってきた。また森林・林業の重要性も次第にわかってきた。けれども、わかったのはごく一部である。奥が深い。

林業が低迷しているといわれ始めてからかなりの時間がたっているが、いまだに低迷している。これから、森林・林業はどうなっていくのであろうか？

以下、本調査を一応締めくくるにあたり、調査結果としての要点を提示しておきたい。

- ① 福岡県・佐賀県ともに、森林率は低いが、急峻な山は少なく、林道密度は高く、人工

林率が多くなっている。巨大需要地を内部または近隣に持っているので、比較優位性は高いと思われる。

また森林の公益的機能のうち特に水源涵養機能への需要は高く、「緑のダム」を守るための対策はますます強化されるであろう。この点は、長崎県も同様であろう。

- ② 長崎県は、離島半島が多く、輸送面では不利であるが、高い森林率・豊かな森林資源と、地域特性を生かした森林・林業政策によって、これから森林・林業が適正化されていくであろう。
 - ③ 特用林産物については、あまり触れなかったが、これは林業（素材生産）の事業サイクルが極めて長い点をカバーしてくれる効用がある。特に福岡県は、特用林産物の生産が盛んである。長崎県・佐賀県も懸命に取り組んでいると思われる。
 - ④ 林家としては林業専業ではなく、農林家として農業と兼業で経営されているところが多い。しかし不在村林家が増えている。また林家の高齢化が進んでいる。林業後継者や林業就業者の確保育成が今後の大きな課題である。
 - ⑤ CO₂森林吸収源に対する取組は、まだ緒についたばかりの感があるが、京都議定書の第1約束期間である2008～2012年はすでに目前に迫っている。このままでは国として目標である△3.9%は達成できないといわれている。各県が努力することが肝要である。この点では、長崎県が最も積極的である。他県は、長崎県を見習って、早急に最善を尽くすべきであると思われる。
 - ⑥ 本文には書かなかったが、これからは“攻める林業”が推進されるようになることが予想される。日本は「森林大国」である。中国などは森林が不足しているので森林保護に乗り出している。中国への木材輸出に大きな期待がかかっている。
- 以上、まとめてみたが、林業の重要性を言い尽くせていないもどかしさが心に残っている。

山に行って、木に触れ、山の空気を胸いっぱい吸って、心の安らぎや癒しを満す少しはもっとその重要性がうまく言えるようになるかもしれない。

【引用・参考文献／ホームページ／その他】

1. 福岡県の森林・林業

- [1-1] 大川家具工業団地協同組合（大川市大字中古賀，Tel.0944-87-5151(代)）へ問合せ，H17.8.9.
- [1-2] 福岡県『福岡県森林・林業・木材産業の動向—平成15年度森林・林業白書—』
- [1-3] 「福岡県公益的機能別森林等区分別集計表」
- [1-4] 『平成16年度 森林・林業白書』日本林業協会，H17.
- [1-5] 福岡県林政課スタッフ談話，H17.8.2.
- [1-6] 福岡県水産林務部『平成15年度 福岡県林業統計要覧』
- [1-7] 林野庁『森林・林業の課題と今後の方向について』H17.7.28.
- [1-8] 福岡県林政課団体指導係資料（質問「緑の担い手育成対策事業の概要について」に対する回答）
- [1-9] 福岡県林政課『福岡県林業労働力の確保の促進に関する基本計画（第2次）』H16.3.
- [1-10] 九州各県の『林業統計』または『林業統計要覧』
- [1-11] 福岡県水産林務部『平成15事業年度福岡県森林組合の概況』

2. 佐賀県の森林・林業

- [2-1] <http://www.kikori.org/ken-betu/saga/p-saga.htm>, <http://www.mlit.go.jp/river/reki-shibunka/dentougijutu-jpn/02chiriku.pdf>
- [2-2] 佐賀県森林・林業情報誌『佐賀の林業』の2003年4月～2004年3月号
- [2-3] <http://www.town.miyaki.lg.jp/event/ruins.html>
- [2-4] <http://www.flex-k.co.jp/>
- [2-5] 佐賀県ホームページ
- [2-6] 『佐賀県林業統計要覧 平成16年12月』
- [2-7] 『平成16年度 森林・林業白書』p.142.
- [2-8] <http://info.pref.fukui.jp/mori/tukuru/rindou/q9.html>
- [2-9] 『佐賀県林業統計要覧 平成16年12月』
- [2-10] 『福岡県森林・林業・木材産業の動向—平成15年度森林・林業白書—』福岡県水産林務部林政

- 課, 平成16年9月
- [2-11] 『平成15年度 福岡県林業統計要覧』福岡県水産林務部
- [2-12] 『平成15年度 長崎県の林業統計』長崎県農林部林務課, 平成16年10月
- [2-13] <http://www.rinya.maff.go.jp/toukei/genkyou/shinrin-jinkou.htm>
- [2-14] <http://www.rinya.maff.go.jp/toukei/genkyou/index.htm>
- [2-15] <http://www.maff.go.jp/www/info/index.html>
- [2-16] 林野庁編『平成16年度 森林・林業白書』(社)日本林業協会, 平成17年4月
- [2-17] 佐賀県資料「ゾーニング区分別森林面積」
- [2-18] 「福岡県公益的機能別森林等区分別集計表」
- [2-19] 『新しい佐賀の森林づくりビジョン』
- [2-20] 『県民協働によるこだまの森林づくり』
- [2-21] 『佐賀県林業労働力の確保に関する基本計画』(計画期間 平成13年度～平成17年度)
- [2-22] 佐賀県資料「佐賀県森林・林業の現況」(H17.9作成)
- [2-23] 農林水産省・農林水産統計データ <http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/mokukakaku2004-11/mokukakaku2004-11.xls>, <http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/mokukakaku2005-11/mokukakaku2005-11.xls>, および(社)熊本県木材連合会 http://www.infobears.ne.jp/Kmokuren/p_j011.htm
- [2-24] <http://www5a.biglobe.ne.jp/~hiropura/sub.htm>
- [2-25] (社)熊本県木材連合会 http://www.infobears.ne.jp/Kmokuren/p_j045.htm
- [2-26] 佐賀西部流域林業活性化センター(資料)「木材流通の現状」(H8.3)(平成7年度調査)
- [2-27] 佐賀東部流域林業活性化センター(資料)「佐賀東部の木材流通(素材生産～木材消費)」(H8.3)
- [2-28] 佐賀県「平成15年 佐賀県の素材需給状況, 製材品需給状況」(資料:平成15年木材需給報告書)
- [2-29] 佐賀県「平成12年 佐賀県の素材需給状況, 製材品需給状況」(資料:平成12年木材需給報告書)
- [2-30] 佐賀西部流域林業活性化センター『佐賀西部流域林業活性化実施計画書』(平成14年3月変更)
- [2-31] 佐賀県森林整備課へ問合せに対する回答

(メール)

- [2-32] 佐賀県生産振興部生産者支援課『森林組合等の概要 平成15事業年度』平成17年3月
- [2-33] 林野庁経営課編「平成14年度森林組合統計」
- [2-34] 福岡県水産林務部『平成15事業年度福岡県森林組合の概況』
- [2-35] 『佐賀県森林吸収源対策推進プラン』(計画期間 平成15年度～平成19年度)
- [2-36] 佐賀県林業課への問合せ・回答
- [2-37] 「2005年農林業センサス」農林水産省ホームページ

3. 長崎県の森林・林業

- [3-1] 『平成15年度 長崎県の林業統計』長崎県林務課(H16.10)
- [3-2] 環境庁編『日本の重要な植物群落の分布』昭和56年(生物多様性センター: <http://www.biodic.go.jp/reports/2-18/2-18-1.pdf>)
- [3-3] 『ながさき森林づくりプラン』長崎県林務課(H14.3)
- [3-4] 林野庁「保安林の種類別延面積」 <http://www.rinya.maff.go.jp/seisaku/sesakusyukai/tisan/syubetumenseki.htm>, 林野庁「保安林の種類別面積」 http://www.hakusyo.maff.go.jp/books_b/WR01H150/html/r1060112.htm
- [3-5] 西日本新聞, 2005.2.3
- [3-6] 「会館等公共施設評価調書」長崎県林務課(H15.5.21作成) <http://www.pref.nagasaki.jp/sehyo/h15/itiran/pdfmain/k/k034.pdf>
- [3-7] 事業計画「[県民の森]の総合的な整備拡充」事業評価調書(H13.11.22およびH148.21長崎県林務課作成) (<http://www.pref.nagasaki.jp/sehyo/h13/kekka/pdf05/59029.pdf> および <http://www.pref.nagasaki.jp/sehyo/h14/66014.pdf>)
- [3-8] 『宮崎県の森林・林業』宮崎県(林務部)(H14.4)
- [3-9] 『長崎県林業の概要』長崎県林務課(H14.12)
- [3-10] 『平成14年度 森林・林業振興施策の概要』鹿児島県林務水産部(H14.4)
- [3-11] 資料「定住環境の整備と所得の確保」長崎県林務課山地災害対策室普及林産班(H15.2.27)
- [3-12] 『熊本県 森林・林業・木材産業基本計画』熊本県林務水産部(H13.3)
- [3-13] 「平成10年の九州地域の森林虫獣害発生状

森林と住のグリーンマネジメント in 九州（下）

- 況」<http://www.ffpri-kys.affrc.go.jp/kysmr/data/mr0047k2.htm>
- [3-14] 「ツシマヤマネコと共に」対馬動物医療センター<http://tamc.cool.ne.jp/yamaneko/yamaneko.htm>
- [3-15] 長崎県「事業評価調書[事後評価]」<http://www.pref.nagasaki.jp/sehyo/h14/e027.pdf>
- [3-16] 「平成13年度第1回再評価委員会議事録」林野庁<http://www.pref.nagasaki.jp/sehyo/h14/e027.pdf>
- [3-17] 農林水産省「2000年世界農林業センサス」
- [3-18] 林野庁「都道府県別 森林率・人工林率（平成14年3月31日現在）」<http://www.rinya.maff.go.jp/toukei/genkyou/shinrin-jinkou.htm>
- [3-19] 林野庁「保安林の種類別面積」http://www.hakusyo.maff.go.jp/books_b/WR01H150/html/r1060112.htm
- [3-20] 長崎県「森林吸収源対策推進プラン（平成15年9月4日策定）」

第II編 屋久島の生態系の形成と維持（下）

——森林を中心として——

江 口 傳

2. 屋久島の生態系の変動と水害

前号で昭和54年の水害について、主として国土問題研究会、「国土問題」23号、1981、特集鹿児島県上屋久町災害対策調査報告書によりながら、論述した。

昭和54年の水害についての鹿児島地方裁判所の判決や福岡高等裁判所宮崎支部の判決によりながら、屋久島の生態系の変動を研究し、屋久島の美しい生態系の維持について論述したい。

1) 鹿児島地裁の判決（昭和62年10月23日）

の要約

① 原告の主張

ア 請求の原因

A 屋久島の自然環境

屋久島の位置、面積、山岳、地質、気候についてのべられている¹⁾。

B 災害の発生

屋久島地方は台風16号の接近により昭和54年9月29日から翌30日にかけて風雨にさらされつつあった²⁾。上屋久町永田地区は、その中央を永田川が貫流し、地区東端を流れる土面川が永田川河口でこれに合流しているが、同地区では、同月30日午前1時過ぎころには未だ風雨も通常の台風よりも弱い位であった。午前2時過ぎ、地区東側に位置する十数戸の民家では突然ゴーという音とともに土石流に襲われた。土石流は、土面川上流約4.6キロメートル付近の国有林伐採跡の急斜面が崩壊したことにより発生したものであるが、発生源の土砂石のみならず伐採中に溪底に投棄又

は放置された大小多量の木材、抜根、立木、溪流に堆積した土砂石等をまき込みながら、これらが一団となって土面川の溪流を走り下った³⁾。そのため、溪谷左右の斜面の表層土は15ないし20メートルの高さまで削りとられ、かつ、川幅は数倍にも押し拡げられた。平地部に達した土石流は川から溢れて兩岸の農地、果樹園等を襲い、その一部が住居地域をも直撃したものである。右土石流の直撃により民家12棟が流失または全壊し、6棟が半壊もしくは一部損壊した。土面川と永田川との合流点付近の地域では一瞬のうちに県道上も急流と化し、全半壊を免れた民家も床上1.5メートル以上も泥水に没した。また土面川を下りきった土石流は、たちまち永田川河口に堆積して永田川の流れをも塞ぎ止める結果となったため、永田川及び土面川の流れが拡散し、床上浸水133棟、床下浸水80棟の被害をもたらした。

C 災害の責任原因として

国の伐採行為等に基づく責任について、次の(a)~(h)の八項目が順次あげられている。

- (a) 山地の崩壊原因についての一般論
- (b) 屋久島山岳地の特殊性
- (c) 土面川流域山地の特殊性
- (d) 土面川流域山地の伐採の進行

この4項目を要約すると、山地の傾斜が急であればあるほど崩壊しやすい。斜面に繁茂する樹木を伐採すれば当該斜面は崩壊し易くなる。脆い地盤、多量の降雨、林道の建設は山地の崩壊及び土石流の発生の危険性が増大する。

屋久島の山岳地帯は全国一の多雨地帯で、山地の大部分は風化花崗岩からなり、地盤は

脆く、地形は急峻である。

土石流の発生源となったA崩壊地は標高で900メートルから950メートルの間にあり、崩壊範囲は約300平方メートル、崩壊地点付近の山腹の傾斜度約35度、南北西の三方が更に急傾斜地に連なり、特に北側斜面は伐採不能の險阻地に接している。A崩壊地を含む土面川支流域に限定すると、その全体が30度以上の急傾斜地で險阻地である。

A崩壊地を含む上屋久事業区五十八・五十九林班の国有林⁴⁾は、上屋久営林署が鹿児島島林産株式会社に立木のまま売り渡し、同社が営林署の承諾に基づき、昭和38年ころから昭和50年ころまで、下流域から林道の開設を伴いつつ上流域に向かって広域皆伐採方式で行われた⁵⁾。その結果、山地の崩壊、土石流の発生箇所も徐々に増加し、溪床に堆積して溪底を上昇させ、大規模な洪水または土石流災害の発生条件を備えつつあった。そこで、永田地区住民は、皆伐による水害発生を危ぶみ、上屋久営林署に対して度々皆伐方式の是正を申し入れたが、ことごとく無視されてきた。

本件災害発生の予見可能性が、被告において十分にあった。

(e) 山地の開発、伐採における一般的注意義務

(f) 土面川流域開発における注意義務

(g) 被告の注意義務違反

(h) 違反行為の結果としての土石流の発生

この4項目を要約する。

山地の開発、森林の伐採の場合、当該山地の崩壊、土石流の発生等による災害を防止するため、当該山地の地形・地質・気象に応じ、相応の保護樹帯の残置、治山ダムの設置等をなして災害を予防する注意義務がある。熊本営林局もこれらの対策の実施の基準を決めていた。屋久島国有林開発事業の進行に伴い、皆伐跡地の崩壊は随所に発生し、本件災害以前にその数は4000箇所を超えるほどであった。屋久島でも最も急峻な山岳部に属し、更に危険度の高い条件を備えた永田川及び土面川流

域の林木の伐採に当たっては、その危険性に応じて一伐区（皆伐対象地の単位区域）の範囲縮小、禁伐区の大幅な設置、保護樹帯の幅員の拡大、予想される流出土砂を防止するために必要な規模の治山ダムを設置し、また、伐採、集材手段の近代化に伴い大量に発生する枝葉など樹木の不要部分の処理方法についても十分な配慮をして本件災害を予防する注意義務があった。

土面川流域では一伐区を小規模にし、群状択伐方式の採用を計画すべきであったにもかかわらず、実際には広域皆伐方式（一伐区の面積が20ヘクタールにも及ぶ皆伐方式）を採用し、五十八、五十九林班においては最大面積20ヘクタールの制限さえ無視した⁶⁾。保護樹林については、現地の地形地質並びに危険度に応じ、基準の30メートル幅を拡大調整して稜線及び溪流兩岸沿いに設置すべきであったが、実際には稜線沿いに僅かに残置しただけで、溪流沿いの保護樹帯については、設置されてもいなかった。被告は、本件の土石流の発生以前には土面川溪谷に治山ダムを設置してはいたが、このダムは発生することが当然予測される大規模な崩壊、土石流を防止するに足る規模と設置個数ではなかった。五九林班の伐採においては、倒された樹木はA崩壊地から約500メートル下流の地点に集められ、そこで枝打ちされた枝葉等の不要部分は同地点直下の土面川溪谷に投棄された。これらの枝葉は長期間の伐採期間中、同溪谷にうず高く堆積して降雨時の流水を妨げ土石流の主要な一因となった。

土石流の発生には、 α 山地崩壊の発生が同時に土石流に発展するもの、 β 崩壊によって供給された大量の土砂石が一旦溪流に堆積し、それが急激な出水によって土石流に転化するもの、 γ 大量の巨礫や流木を含んだ溪流堆積物が流水のダムアップを起し、それが決壊して土石流となるもの、等の三つのケースがあるとされている。本件の土石流は主として α のケースによるが γ のケースも複合して発

第II編 屋久島の生態系の形成と維持（下）

生したものと推測できる。

さらに、公の営造物の管理瑕疵に基づく責任があげられている。

上屋久営林署が設置していた治山ダムは、容易にその発生が予想された筈の本案の土石流によって完全に破壊されたことは、その本来備えるべき安全性を欠いていたものであるから、管理の瑕疵があったものである。

D 損害

原告等は、土面川河口付近に土地、家屋を所有し、もしくは居住していた者又はその家族であるが、本件災害によってその所有又は居住する土地家屋の流失、一部損壊、床上浸水、家財道具等の損壊、農林作物の損壊、営業用商品その他の流失等により多大な財産的損害及び精神的苦痛を被った。その損害のうち、所有土地の流失に関しては、本件災害後におおむね復元あるいは補償、代替地供与等が行われたが、それ以外の損害については、原告等は何んらの補償も受けていない。

② 請求の原因に対する認否

ア 請求の原因Aの事実は認める。

イ 同Bは事実中、原告等主張の日時における屋久島の気象状況、国有林の一部の損壊状況及び土面川流域における本件災害の発生についてはいずれも認めるが、その余の事実は争う。

ウ 同Cの事実は争う。

エ Dの事実は不知。

③ 被告の主張

ア 屋久島における国有林の管理経営

屋久島の約97パーセント（約四万八五〇〇ヘクタール）は森林原野であるが、そのうちの約79パーセント（約三万八五〇〇ヘクタール）が国有林であり、国有林を取り巻くように民有林（約一万ヘクタール）がある。国は、大正一〇年森林経営を進めるに当たって、地

元住民のそれまでの入会利用等をも考慮して、民政安定、生計の維持向上等地域の発展に資するため、(旧)農商務省山林局通牒により「屋久島国有林経営の大綱」(以下「大綱」という。)を定めた。大綱の主要な内容は、①前岳地域の国有林では、その約七〇〇〇〇ヘクタールについて委託林(のちに「共用林野」となる)を設定して、地元住民に自家用の薪炭材を譲渡するほか、稼業用としても必要な薪炭材を特売することにより生業の便宜をはかり、ゆくゆくはその一部に部分林(国有林は地区住民が造林し、その収益を造林者と国が分取する制度)を設定するとともに、開墾に適する箇所は貸付けを行うこと、②奥岳地域では、その地域で国が丸太の生産及び跡地の造林を行う場合には、できる限り地元住民に就業の場を提供すること、③屋久島で最も不便を託っている道路については、地元住民の便宜を考慮して国においてこれを施設するほか、島の周辺道路の開発についても考慮するというものであった。屋久島国有林の屋久天然林は、大正一三年に国の天然記念物に指定されることとなり、昭和三九年には霧島国立公園として約一万八三〇〇ヘクタール(国有林の四八パーセント)が指定され、厚生省との協議を経て特に伐採を禁止し保護すべき区域を約六一〇〇ヘクタール(国有林の一六パーセント)に拡大することになった。また、昭和四四年には更に学術参考保護林等として約一六八八ヘクタールを加えるとともに、昭和五〇年には約一二一九ヘクタールを原生自然環境保全地域に指定したことにより、本件災害発生当時の昭和五四年時点では、約七九〇〇ヘクタール(国有林の二一パーセント)が特別に禁伐区域として保護されている。このほかにも奥岳地域を主体として、自然環境の保全及び国土保全等のため択伐等により施業を規制している区域が約一万五三〇〇ヘクタールあり、屋久島の国有林において何らかの形で施業を禁止している区域は、合わせて約二万三二〇〇ヘクタール(国有林面積の

約六〇パーセント)に及んでいる。

イ 本件災害の原因

(本件台風の特性及びこれがもたらした異常豪雨の実態)

鹿児島地方気象台による本件台風(昭和54年台風第16号)の概略。

A 気象概況

(a) 本件台風は、カロリン諸島付近にあった熱帯性低気圧が9月23日に台風となり、26日朝から速度を遅くして北上し、29日夕方に向きを北北東に変え、30日朝に種子島の南端をかすめ、同日夕方には四国室戸市付近に上陸したもので、この間、強い勢力を保ち屋久島、種子島等に強い風雨をもたらした⁷⁾。

(b) 黒潮本流に沿って北上したため勢力が強かった。

(c) 偏西風の強風軸が北緯36度から40度付近にあって緯度が高かったため、九月下旬の台風としては東方への転向のカーブがゆるやかであり、また、太平洋高気圧が東海上から日本付近に張り出していたため北上の進路を阻まれ、しばしば停滞気味になるなど移動速度が非常に遅かった。そのため、長期間暴風雨が続いた。

B 被害状況

台風がゆっくり北上したため被害が相次いで発生した。台風が北上するにつれて29日夜から30日早朝にかけて熊本地方で山崖崩れをはじめ大きな被害が発生した。30日午前中大隅半島を中心に被害が発生した。

ウ 本件台風が屋久島に及ぼした影響

(a) 本件台風の進路

九月二三日に発生した本件台風は、徐々に北上し、屋久島には二六日ころから風雨の影響を与えはじめ、二九日夜から三〇日朝にかけて同島の南方海上から東方海上へ向けて通過した⁸⁾。

(b) 降雨

屋久島では、本件台風の影響で二六日から三〇日まで降雨があり、とりわけ二八日と三

〇日には特に集中的な豪雨があった。屋久島北東海岸部の屋久島測候所では、五日間の全雨量が四四二・五ミリメートル、二八日が一五九・〇ミリメートル、三〇日が一一七・〇ミリメートルであり、特に、二八日四時から八時までと二九日二時から翌三〇日四時までに集中的な豪雨があり、また、同島内陸部の小杉谷観測所では、五日間の全雨量が一二一〇・〇ミリメートル、二八日が五一九・五ミリメートル、三〇日が二九七・五ミリメートルであり、特に二八日四時から一五時までと二九日二時から翌三〇日四時までに集中的な豪雨があった。本件台風による降雨は二つの豪雨のピークがあったのが特徴であり、また、海岸部と内陸部では後者に前者の約二・七倍程度の雨量があった。内陸部の高山地帯に雨量が多いのは、本件台風に特有のものではなく、屋久島のような海上に独立した山岳地形の特色であるといえる。

(c) 小杉谷観測所とその西側内陸部の上流域との雨量の比較

内陸部の上流域により多量の降雨があった。小杉谷観測所を流れる安房川の流量を実際に観測して得られたハイドログラフ(時間流量曲線)と内陸部の降雨量をもとに算出して得られた推算ハイドログラフとを比較すると、後者の流量が九月二九日一五時から二三時までの間で約二・五倍、三〇日零時から五時までの間で約一・五倍の数値を示している。

(d) 土面川及び永田川流域における本件洪水時の降雨量

土面川及び永田川流域(以下「本件地域」という)には雨量観測所はないが、同地域の地形等と前記の事実を総合すれば、右両河川の氾濫(以下「本件洪水」という)時の同地域の雨量はおよそ次のとおりであり、異常なまでの集中豪雨であったといえる。

a 本件地域の概観

集水域は、屋久島北西部の海岸から、中西部を南北に縦走する稜線の分水嶺までで、この斜面は西から東へかなり急な昇り傾斜をな

第II編 屋久島の生態系の形成と維持（下）

しており、また、この分水嶺をなす稜線は、同島北部の標高907・9メートルの志戸子岳から1165・2メートルの吉田岳、1409・3メートルの坪切岳を経て1886メートルの永田岳に連なるもので、北から南にかけてかなり急に高くなっており、本件地域はだいたい北西から南東にせり上がっている地形である。この地域の面積の大半は前岳地帯の国有林であり、そのうち標高697メートル以上の地域がかなりの部分を占めている。本件地域の南東に位置する宮之浦岳の東側は小杉谷観測所の上流域にあたり、この両地域は近接した位置にあり、また、屋久島測候所は本件地域から東方約20キロメートル離れたところにある⁹⁾。

b 地域による降雨量の差

標高差のみならず、急激な上昇気流があるかないかも大きく関係する。急激な上昇気流があれば、気温及び気圧が急激に低下して空気の水分含有能力が減少することによるものであり、収斂生降雨といわれる。この現象は風が強いほど、地形が急なほど強く現れる。本件洪水時に、収斂性降雨現象が生じたか否かであるが、本件地域の地形では、北西の風を受けた時に最もよく現れる。稜線の東側で生じた上昇気流による雨雲も稜線を超えてしばらくの間は雨を降らせるから、稜線の東側斜面上に上昇気流を起こす北東の風から、北及び北西の風にかけてのこの現象が生じるとみられる。台風時の風は島の中心部に向かって反時計回りに吹き込む。当時の風向は、本件台風の中心とそこからの本件地域の方位及び距離を考慮し、かつ、実測された屋久島測候所の風向をも考慮して推測するほかないが、本件台風は二九日夜から三〇日朝にかけて屋久島の南方海上から東方海上に移動したため、その中心からの方位も刻々と変化したと認められるし、風向観測地点である屋久島測候所と本件地域とは東西に約20キロメートル隔たっているため台風の中心から両地点への方位も相当異なっていたと認められるので、本件地域では屋久島測候所よりかなり早い時期

に北東、北、北西の風に移行していたはずである。屋久島測候所における風向は、二九日二四時までが東南東で、その後三〇日五時までがほぼ東、その後北から北北西に移行しているが、一般に背後に急峻な山岳部のある海岸部の風向はその背後の地形に左右され、風が海岸に直角でなく斜めの方向から吹く場合風下が海側へそれ、風上が陸側に寄ってくるのは当然の理であり、同測候所は北北東で海に面し背後には真後から西にかけて急峻な山がひかえているのであるから、同測候所の風向は必ずしも真の風向を表しているとは言えず、真の風向は、むしろ、もう少し早い時期に北東から北の風に移行していたものと判断される。

c 降雨についての総合的所見

本件地域においては、かなり早い時期に北東ないし北・北西の風が吹き、この風に乗って、黒潮本流上の湿気を十分に含んだ空気が本件地域の斜面を急上昇するのであるから、この地域に豪雨をもたらしたとみられる。

本件災害発生の翌年の昭和五五年に撮影した空中写真によれば、本件災害時に崩壊したと見られる山腹崩壊は、その殆どが土面川上流域からその背面に位置する宮之浦川及び永田川流域一帯に集中し、本件台風時の河川の氾濫は屋久島では土面川と永田川のみであること及び土面川上流域には土石流まで発生したことなどの事情も、本件地域に特に集中的な異常豪雨があったことを裏付けるものである。

d 本件洪水時の土面川及び永田川の流量及び本件災害の原因等

土面川及び永田川の流量については観測資料がないから、推測によって算定し、両河川の河口部の満潮時刻並びに本件災害時の状況を検討すれば、本件災害は洪水によるものであり、土石流とは無関係に発生したものであることが明らかといえる。

α. 「土面川及び永田川の流量についての推定ハイドログラフは、小杉谷観測降雨量を

基礎として作成した両河川の推算ハイドログラフに、前述した小杉谷観測所における安房川の流量の観測ハイドログラフと推算ハイドログラフの比率を乗じて算出されたものである。」(この判決文は難解である。江口追記)したがって、土面川及び永田川流域に小杉谷観測所西側上流と同程度の雨量があったとして算出されたものであるが、本件地域には異常に多量の豪雨があったといえるのであるから、現実の流量はこの推定ハイドログラフの数値をかなり上回っているはずである。

- このグラフによると、土面川では二九日一四時から増水が始まり、二二時までは毎秒約四〇ないし五〇立方メートルで、その後翌三〇日二時四〇分までは直線的に増加し、二時四〇分にはこれまでの最大値毎秒約一〇三立方メートルとなり、その後わずかに減水したが、再び増水を始め四時には毎秒約一〇七立方メートルの最大値を記録したのち減水を始めたと推定される。一方、永田川については、流域面積は土面川流域に比べて約六倍と広いが、ハイドログラフは、ほぼ同じ形を示し、三〇日の二時四〇分には毎秒約六四〇立方メートル、また四時には毎秒約六六〇立方メートルの最大値を示し、その後減水を始めたと推定される。
- β. 本件台風による豪雨には二つのピークがあったのであるから、第一のピークによる流水及び第二のピークによる流水のうち河川氾濫直前までの流水によってかなり多量の土砂が流送され、これが両河川の下流部河道及び河口付近に集積されていたはずであり、したがって、両河川の氾濫時の河川断面積は現実にはかなり狭少であったといわねばならない。また、両河川の河口部には発達した砂州があり、これが両河川の流水の流出を妨げている。
- γ. 本件洪水時の満潮時は、一湊港で二九日二時五五分であり、永田港もほぼ同様と解してよい。

δ. 土面川も永田川も、二八日を中心とする豪雨によって流送された土砂石の堆積や河口付近の満潮が重なって背水作用(下流に設けられた障害物により流下が妨げられて流下水の水位が上昇する作用)が生じ、また流れの速度の急減により運搬力を喪失して河口付近及びその上流数十メートルの河道内に多量の流送土砂石の堆積が起こったため、河川が氾濫したものであり、この氾濫は二九日二時ころから三〇日二時四〇分ころまでの間に起こり、その氾濫状態はその後もある程度続いたものと判断される。本件災害では家屋への浸水が非常に多く、全半壊の家屋も流失するにはいたらず、土面橋の決壊もなく被災地付近には水が引いた後にも土石流が運搬するような大径石はなかったのであるから流域のあらゆるものを一掃するような土石流が被災地を襲ったとは考えられず、本件災害は河川の氾濫による洪水、あるいは河川氾濫に必然的に伴う土砂石や流木を含んだ流水によってもたらされたものと考えられる。その洪水も、降水量の非常に多いピークが二八日と三〇日に二つある異常豪雨に満潮等の自然の悪条件が重なって発生したものである。

(b) 山腹崩壊と土石流

a 山腹崩壊と土石流の発生原因

α 山腹崩壊

崩壊は大雨、地震、浸食、火山爆発等によって起こる。これらの直接的動機となる原因を誘因という。これらの誘因が、地質、土壌、地形等の諸条件と連結して崩壊が発生してくる。このように山腹は崩壊現象の発生に対していろいろな素地をもっている。このような原因を素因という。崩壊は原因である誘因と素因の多数の条件の組み合わせによって起こるものである。

本件災害地の流域の地質は花崗岩類地帯に属しているので、花崗岩の性質により崩壊を分類すると、浅層(表層)崩壊、深層崩壊、摂理崩壊の三分類となる。

α'. 浅層崩壊

山腹斜面の花崗岩類母岩の表層部が化学的に風化してくると、降雨によってその表層部に擬似的帯水層が形成され、クイックサンド現象〔間隙水圧の上昇などの影響をうけて土体内部の摩擦係数が急激に減少する現象〕により崩壊が生ずる場合があるがこれを浅層現象という。この浅層崩壊は、内地では二〇〇ないし二五〇ミリ程度の降雨により比較的容易に発生するが、その規模は小面積にとどまる。（このような岩層条件の箇所は、地表面が裸出すれば表面浸食が促進し、あるいは浅層崩壊が発生する原因となるが、森林や笹や地衣植物（地衣類）等によって被覆されれば表面浸食は殆ど防止され、浅層崩壊も軽減される。したがって一般に伐採によって、浅層崩壊が発生する可能性は高くなる。江口注記）

β'. 深層崩壊

花崗岩類の風化細粒土が物理的に移動して山腹斜面あるいは凹地形部に厚く（一メートル以上）堆積しているような箇所では、かなりの豪雨により帯水層が肥大し間隙水圧が異常に上昇して深層から崩壊が発生する場合があるが、これを深層崩壊という。

これは降雨が長時間継続し、量的に内地では三〇〇ミリ以上に達した場合に発生するといわれているが、深層から崩壊するものであるから、地上林木の根系が崩壊を防止する効果はあまり期待できず、森林の有無にかかわらず発生する場合が多い。また、この崩壊が土石流発生を引き金となる場合もある。

γ'. 節理崩壊

花崗岩類が動力的な圧力を受け節理〔岩石中に発達する比較的一定した方向をもつ割れ目〕が発達し、しかもその節理に沿って岩石が化学的に風化変質している場合にとくに豪雨によって岩石崩壊が発生する。小規模のものもあるがかなりの深層から崩壊する場合もあり、この場合には土石流の誘因になりがちである。節理が発達した岩石は、化学的風化

部と硬岩部が局所的に複合しており、崩壊と同時に大径石も細粒砂も共に崩落土砂として流下する。このような崩落も地上の林木の有無とは殆ど関係なく発生する。

b 土石流

(a) 土石流の流動する形式は、「各個運搬」ではなく「集合運搬」とされている。ここに各個運搬とは、流水の掃流力すなわち河川の流水が河床の土砂を押し流す力で土砂石が各個に流送、運搬される状態をいい、河川の洪水時などの土石の移動がこれに相当する。集合運搬とは大小さまざまな土石と水との混合物がそれ自体の重力の作用で一体となって運搬されるのである。この場合には、水に対する土石の割合がかなり多く、土石と水の混合体が一体となって斜面を流下するものである。

土石流の先頭は盛り上がり通常大きな岩塊が集まっており〔フロント〕、このフロントの後ろにも大量の土石が続いて流れ、後になればなるほど土石の粒子は小となり、礫・砂・泥となり、終わりの方は泥を含んだ流れになる。土石流の流れる速さは、主として谷の勾配・形状・土石流の規模及び構成成分〔土・石・水〕の割合など種々の影響によって異なるとされている。

土石流の波速は非常に広範にわたるが、一般には毎秒一〇ないし一九メートルの値を示す。砂礫流の流速は毎秒三ないし七メートルの値であることも測定されている。概して土石流は一五ないし二〇度以上の勾配地帯を発生源とし、一〇ないし一五度の地帯を流下し、一二度以下の地帯、特に三・五ないし一〇度の地帯〔統計結果では最頻値六度〕が停止帯となっている。通常土石流は、停止すると先頭に大径石の堆積を作る。しかし、後続の洪水によりこの堆積は崩されることもある。

(β) 土石流災害は洪水の氾濫のようにある一定標高以下の地域を広く水没させるものではなく、また徐々に水位が上がる現象でも

なく、フロントが急激に襲ってくるものである。したがって、洪水の氾濫などは、ある程度の時間的ゆとりがあり、本件災害時のように避難することも可能であるが、土石流の場合は避難するための時間を確保できず、地震災害に極めて類似するといわれている。

c. 発生形態

過去に発生した土石流の調査から推測すると、土石流の発生形態を三つに分類できる。

α 粘土鉱物生成帯の土石流

主として破砕帯・新しい海成粘土帯・温泉余土及び変朽安山岩地帯に発生する。この地帯の地質は粘土鉱物の吸水性・吸水膨張圧の発生等によって泥状化し易い特性があるため、降雨等の刺激によって土石流が誘発される。

またこの現象は地下水との関連もあり、常に水分で飽和した土層を保有する場合が多いので、必ずしも大降雨時に発生するとは限らない。なお、この粘土がりモールド〔練り返し〕されると、ますます泥流状となり地すべり活動にともなって発生する場合もある。

β 火山性堆積物からの土石流

γ 風化細粒子の堆積からの土石流

これも堆積物の高い空隙率が主な原因となるが、花崗岩類の風化砂土の堆積の場合は、緻密な堆砂構造を示さない場合が多いため花崗岩類の堆積は空隙率の大きな堆積〔空隙率三〇ないし五〇パーセント〕となる。そのため、長期間の降雨により空隙水圧が異常に上昇し、急激に摩擦係数が低下すると、クイックサンド現象が発生し土石流発生の原因となる。特に、降雨の継続時間が長く、量も多い場合に発生し本件土石流もこれが主な原因となっている。

d. 発生の機構

土石流発生に関する因子の主なものとして、渓谷の勾配・堆積物の蓄積・多量の水の供給の三つがあげられ、土石流はこれらに、その他の因子、例えば岩石の風化の度合い・植生の状態・山崩れなどの状態・その他地震・噴

火などが複雑にからみあって発生するといわれているが、このうち最も土石流の発生を支配する降雨についてみても、降雨が流出し谷底を流れ、あるいは地下を浸透し溪流の堆積物に作用して土石流に至らしめる過程について十分な説明がなされていないのが実情であり、結局、現実問題として土石流の発生の具体的な予知は殆どなしえないのである。

e 山腹崩壊

α A崩壊地は、平瀬国有林五九林班ろ小班内を流れる土面川上流の支流〔以下「A支流」という〕の最上部、河口より約四・六キロメートル地点にある。このA崩壊地は、その痕跡及び調査結果によると、風化の程度の著しい花崗岩地帯であるうえ、モンモリロナイト等の粘土鉱物の堆積も認められ、また、母岩の相当深部¹⁰⁾から崩壊しているのであるから深層崩壊と断定しうる。ここにいる粘土鉱物は、含水しやすく排水し難く、含水すれば膨潤し、更に繰り返されることによって、その剪断抵抗等が極度に低下せしめられていく性質を有しており、土石流誘発の原因となるものである。このような母岩の風化状況等の地質構造からすれば、このA崩壊地は伐採造林等による森林の変化とは無関係に、ある時期が来て誘因となる異常な豪雨があると崩壊が発生する地形だったのであり、本件洪水時の崩壊はいわゆる地形輪廻の一過程としての現象であったと判断しうる。また、深層部分の風化花崗岩及び粘土鉱物が崩壊の原因となっているのであるから、この崩壊は予測困難な崩壊であったと判断しうる。この崩壊を引き金とし、これがA支流を下るうちに土石流が発生したとの推定が立てられる。

β 本件洪水時に生じたと思われる山腹崩壊を全般的にみるため、空中写真でみると崩壊は一〇八箇所であり、その面積は二・五九ヘクタールである。この面積は、土面川流域の国有林面積〔約三六五ヘクタール〕及びこれに民有林も含めた面積〔約五〇〇

ヘクタール] に対し、それぞれ0.7パーセント、0.5パーセントである。一般に花崗岩類の風化地帯の異常豪雨による崩壊面積率は、二・五パーセントないし四・五パーセント程度の値を示していることからすれば、大きな値ではない。また、崩壊地の平均面積は約二四〇平方メートルの比較的小規模であり、これらの崩壊地の殆どは浅層崩壊であり、その多くは土面川の溪流に達しないところで終息していると認められる。この地域では度々の豪雨により恒常的に山地崩壊が発生していること、また崩壊地への植生の侵入も早いことから、山地の母岩そのものが豪雨による崩壊に対してかなりの免疫性をもっていると推定されるのである。

土面川中流域に昭和四六年に設置した治山ダムの堆砂の状況を見ても、約八年後の本件災害直前まで殆ど土砂が堆積していなかったものであり、結局、土面川は安定した溪床であったといえるのである。また、このことは、土面川流域のみでなく、屋久島全体の特色の一つである。また、これらの崩壊はこの地域全体にわたっており、森林伐採地に未伐採地より多く存在すると認められるが、未伐採地の崩壊は樹木の陰に隠れて空中写真には写し出されていないものもあると考えられる¹¹⁾。

エ 山腹崩壊・土石流・洪水・潮流

標高九〇〇メートルないし九五〇メートルの山腹崩壊地から土石流が渓谷の急勾配を歴大なエネルギーを保ちながら流下し、次第に傾斜が緩やかになり川幅が広くなるにつれ速度も遅くなり、石礫が溪床・河床に沈下・堆積していく。上層の泥流には枝葉が巻き込まれながら下流に至り、潮流の満ち潮・満潮になるにつれ洪水となっていく、土面橋が流下・崩壊しなかったのは豪雨時と満潮時とが重なり、河流速度が停滞し、泥流が道路や家屋・田畑・原野等に溢れて巨石が橋桁に激突しなかったからであろうといわれている。

④ 主文の基調

地裁は判決の基調に被告の主張を大きく容れて、冒頭の主文で次のように述べている。

1. 原告らの請求を棄却する。
2. (訴訟費用の負担についての文は省略。)

2) 福岡高等裁判所宮崎支部の判決（平成4年7月17日）の要約と感想

宮崎での二審判決は、鹿児島での一審判決を承けてその基調を継受しているが、第一審よりもより鮮明に、より純粋に洪水による水害を基調としていて、土石流よりも洪水を偏重している。

一審の判決文と内容が重複するところが多いので、目立って新しく言及しているところを取り上げてみたい。一審では直接には殆ど触れていなかった、国土問題研究会の鹿児島県上屋久町災害対策調査報告に五ないし六回触れて批判し、そのほかの個人にも直接に触れているので、考察したい。

なお、控訴人の請求原因に対する認否のところ、A崩壊地の標高は正確には九六一・五メートルから始まっているとしている。

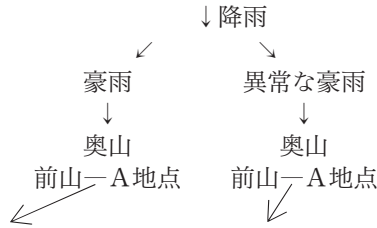
鹿児島地裁判決文や福岡高等裁判所宮崎支部判決文を数回読み返して、改めて屋久島の地形・地質・気候（とくに風雨）の複雑多様性に困惑せざるをえなかった。

豪雨・異常な豪雨・表層崩壊・深層崩壊という場合の枕詞の形容詞では、計量的な数値でなく主観的表現であるので多様に解釈・理解されうる。したがって、多数の文献資料を参考にせざるをえない。私には屋久島の生態系の複雑多様性・奥深さの片鱗に気づかされ、屋久島の自然遺産の雄大な美に感じさせられる。

A崩壊地から土面川河口までの土石流の流れ概略

(K説 [控訴側] から見た場合 と H説 [被訴訟側] から見た場合)

16号台風・風力強く、風速遅く、屋久島で26日から30日まで台風続く



山地崩壊は幼齢広葉樹林に発生した数個を除いて大部分が、杉造林地に起こる。国有林の広域皆伐方式の実施に伴う山地崩壊の増加傾向があり、台風16号の豪雨が山地崩壊と土石流をもたらし、土石流の流下途中で溪流堆積物による流木のダムアップをもたらした。土石流はさらに河口での土砂石や流木・枝葉や海潮流の抵抗により増水し、下流域の家屋や田畠等に災害をもたらした。

保護樹林や治山ダムは小規模過ぎた。

土石流は、発生源の土砂石だけでなく、溪流に堆積した土砂石や溪流堆積物、立木、伐採残留物、伐根などをまきこんで流下した。A地点から発生した土石流は土面川支流谷を西方に流下し、B地点でまず北方に、ついで再び西方に急転回し、C地点で砂防ダムの袖部、D地点の林道用橋を破壊流出させて、その土砂石の大部分はE地点で堆積している。その一部はその後再び浸食され下方に移動している。土砂石は、E地点より下流部で浸食、堆積を繰り返しながら、大部分は土面川を流下しG地点で橋を破壊し、H地点で床固工の根入れ部を浸食、残りはF地点で右岸側からオーバーフローして住居区域を直撃し、土石が土面川、永田川河口に堆積した。

崩壊を見る場合、直接的、積極的に関係する要因と間接的、潜在的に関係する要因とがある。前者を誘因と呼び、後者を素因と呼ぶ。誘因には、風雨・地震・火山等があり、素因には地質・地形・河川等がある。

誘因と素因とは相互作用・相互関係し合い、生態系の維持・保全となったり、生態系の攪乱となったりする。

16号台風は移動スピードが遅く、五日間風雨が続き、屋久島では一般に標高が高くなるほど降雨量が増え、かつ、風向が反時計回りに変わり、複雑な地形により降雨は地域別に差があり、土面川上流には降雨が多かった。非伐採区の崩壊は、伐採と関係ない深層崩壊で一般的に根系に影響されない崩壊である。無林状態の方が有林状態よりも浅いことが統計的知られている。A地点のような深層崩壊や断層・破碎崩壊が伐採と関係なく豪雨などにより帯水層が肥大し、間隙水圧が異常に上昇して深層崩壊する性質、あるいは花崗岩類が風化変質あるいは破碎作用を受けている経過を有すると、豪雨によって深層から崩壊する傾向がある。崩壊地から土石流となって急傾斜の溪流を急速に流下し、渓谷の傾斜が緩くなり、渓川の幅が広くなるにつれ流下速度も遅くなり、礫岩石は下底に沈下堆積していき、泥流が満潮と重なって、溢れて洪水となった。

第II編 屋久島の生態系の形成と維持（下）

高裁判決では、5、6箇所で国土研究を批判している。崩壊地A地点の地質を良く研究していない、土面川の降雨量を見るのに小杉谷測候所のデータが良いのに屋久島測候所のデータを使っている、土面川河口に大石が流下した証拠がないのにあると記載している等と指摘しているが、広域皆伐方式だと災害が起きやすいという統計は軽視している。

さらにA地点での降雨量の計測データがなく、海潮位の計測データがない。

2005（平成17）年1月1日NHKテレビ総合で午後11時10分から約2時間、ハイビジョン特集「世界自然遺産を行く、屋久島四季生命の輝き・縄文杉が語る生命の輪・知られざる島の素顔」で屋久島の原生林が放映されたが、大木と苔が共生し、雨にぬれながら雨を溪流に流して土壌を保護している姿に感動した。雨の無い時期には、大木と共に苔が水を蓄えているだろう。竹や笹や雑草や苔も茎や根等に水を蓄え、根で土壌を崩壊しないよう保持しているであろう。このように奥山・前山・原野・田畑の土壌や岩も、水による侵食や化学的劣化が、植物によって長期間にわたって防がれているであろう。

注

- 1) 図表1参照
- 2) 図表2参照
- 3) 図表3参照，または図表1も参照
- 4) 図表4参照
- 5) これに関連して，地表を覆い地表を保護し，降雨を溪流に誘導する苔・笹・芒・雑草が残されたか，除草農薬等で枯死させられたかも調査されたが良かったろう。
- 6) 図表4参照
- 7) 図表2参照
- 8) 図表2参照
- 9) 図表1参照
- 10) 相当深部という曖昧な表現でなく，数値で表現すべきであろう。
- 11) 考えられるという推測でなく，森林・竹・笹・雑草・苔等や土壌・岩石の实地調査をした上で，判断すべきであろう。

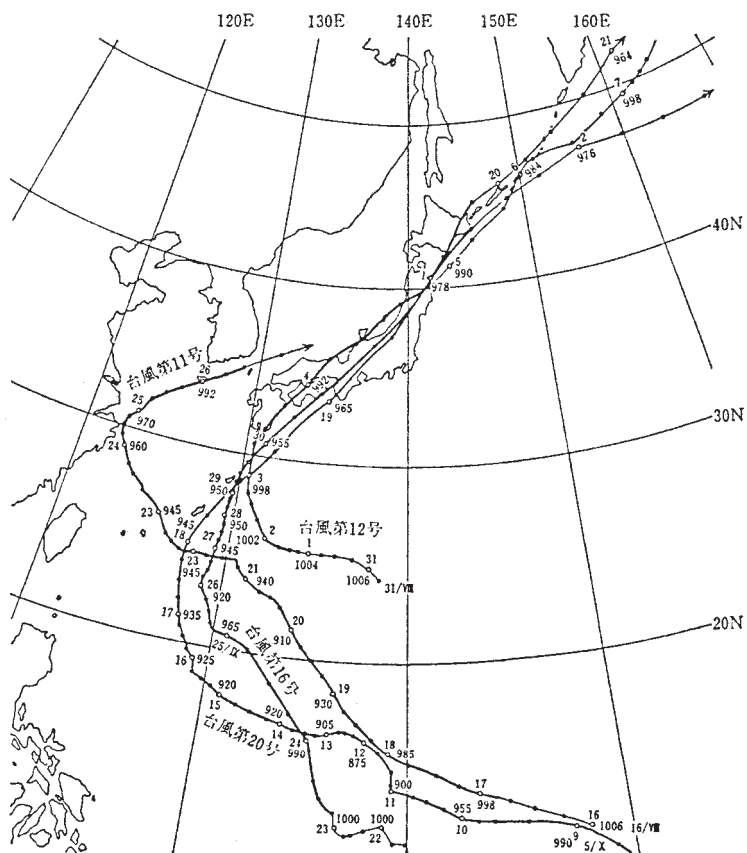
図表1 上屋久町管内図

国土問題研究会「国土問題」22号，1981年4月，国土問題研究会，巻頭1ページ。



第II編 屋久島の生態系の形成と維持 (下)

図表2 日本に影響を与えた主な台風



建設省防災研究会編集, 「わが国の災害誌第三編昭和60年版」, 社団法人全国防災協会, 昭和60年5月, 683ページ。

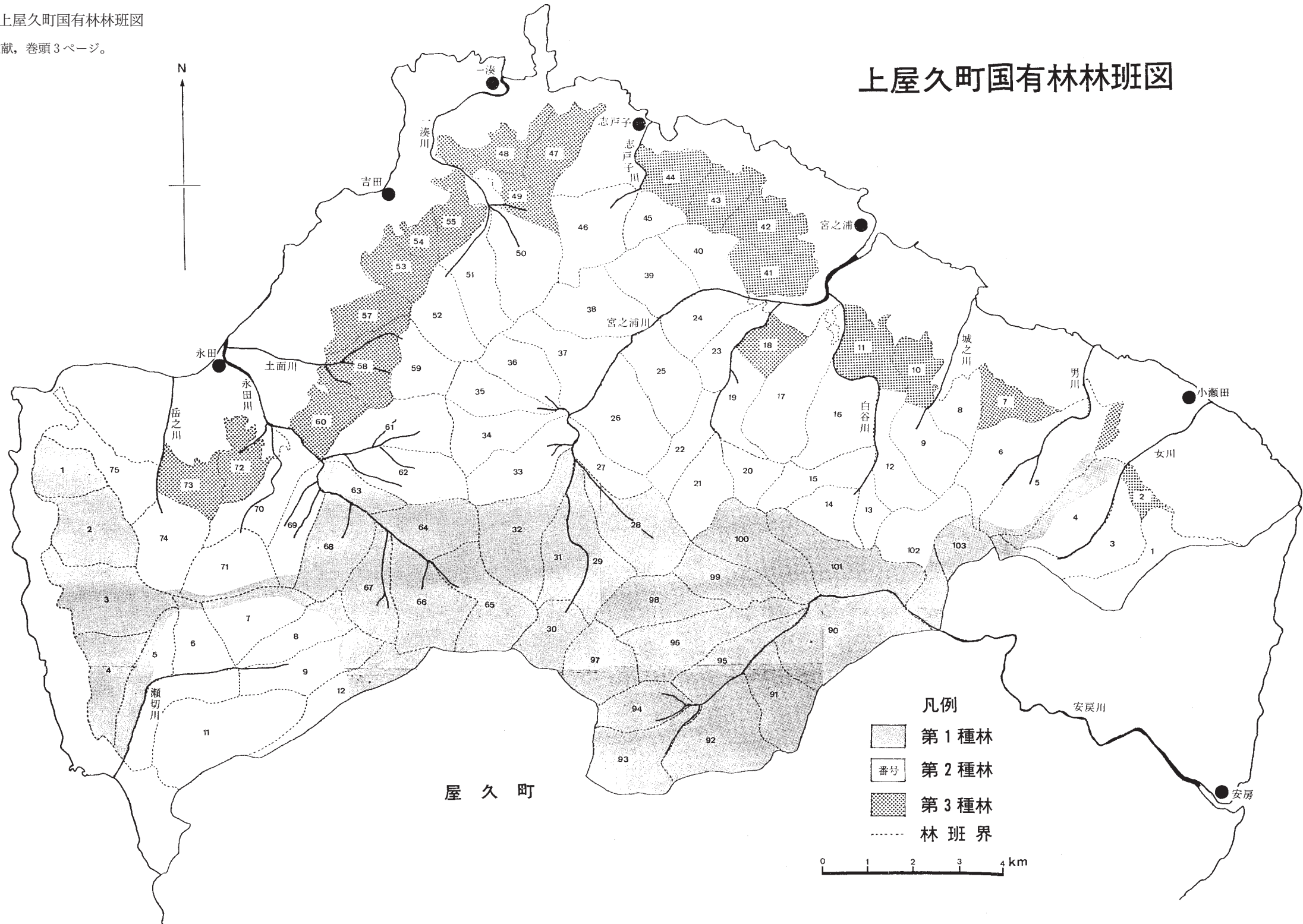
図表3 土面川における崩壊の分布と土石流の流下経路



図表1の文献, 28ページ参照。

図表4 上屋久町国有林林班図

図表1の文献，巻頭3ページ。



環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動⁽¹⁾

齋藤 實 男

序

都市の水・食糧・木材の自給は、なぜ必要で、それらはどのように環境保全に関わり、なぜ環境保全型でなければならないのか？必要だとすれば、その九州における現状と対策、政策・運動はどうなっているのか？モノは鎖国ヒトはグローバリゼーション、自給—コミュニティの復活、グリーンミーム⁽²⁾の創造はできないものか？郷土の誇り高き文化の「地産地消」はできないものか？本稿は、それに答えるための調査研究の中間報告である。

本調査・研究の端緒は、第1に1993年の冷夏時の米凶作と翌年の国内産米不足に対して、国策の根本的誤りに気づいたこと、第2に2002年発行の、キューバのスペシャルピリオド（1991年ソ連崩壊→油断・糧断直後のエネルギー・食糧資源欠乏期間）における有機農業の奏効を描いた著書、『200万都市が有機野菜で自給できるわけ』[Yos・Tr-1]を眼にしたことにある。

第1について、ピナツボ山噴火の影響である翌年、1993年の冷夏が凶作をもたらし、筆者も翌年、1994年に輸入米の恩恵に預かることとなり、国家や自治体の食糧政策の弱点に気づいたことにある。当時、古米備蓄、減反など米余りだ、と安心していたら、国は1993年9月には、国民年間約1,000万t消費の内、わずか30万t、約11日分（石油備蓄3カ月分より少なかった）しか備蓄していなかった。我が国の為政者は良民を餓死させる悪代官さまか？1993年度の米自給率は、約75%。食糧自給率も1960年代から低落し（1960年79%、

1990年47%）ていた。

第2について、スペシャルピリオドの緊急自給体制が、幼児・高齢者・身体障害者・妊婦等の弱者への食糧保護を実現し、一人の餓死者も出さなかったという報告、一時的な栄養失調による5万人の失明（人口1100万人中）を招いたが、それもその後快復という報告があった。ソ連崩壊91年→油断・糧断→有機自給（ハバナ20万人都市農業）による、糧断リスクの見事な回避に感動した⁽³⁾。

その回避は、市場—非市場の連結、上杉鷹山の米沢藩改革、天明の大飢饉の超克を思い出させた。また、第2次大戦に敗れた直後のこと、軍医N氏（現在、日本総合医学会員）の捕集日本軍の台湾での逸話、「森の葉とトーチカの岸壁下のアワビをとり、食後お茶を飲ませずコレラ予防とし、梅毒の軍人には尿療法を施し、一人の餓死者も出さなかった」という講演、その深い知恵をも思い出させるものであった。

日本のわずか40%の自給は、来るところまで来ていることを示したものではないか？このまま、外面的には安保同盟を結び、西漸運動を続けるアメリカなどが、ハワイに次いで、53番目の州に近くなった日本が食糧難に陥った時は助けてくれる、という単純信頼（白板）型の馴れ合い、内面的には日本的な「共」「和」の精神の弊害に眼を瞑り、政策依存症「赤信号みんなで渡れば怖くない」という馴れ合いを、茹で蛙のように、続けているわけにはいかない。アメリカ政治の責任もいざとなったら、藪の中。日本は排外主義を乗り越えた自立心を持つべきではないか？「共」と「和」の弊害、一途な馴れ合い、正

義は勝つという信頼の単純な勧善懲悪志向では、海外のシャレード型、二枚舌外交と渡り合っていないのではないかと国際化社会だからこそ、日本の政治的経済的自立と協調のバランス感覚が必要になるのではないかと？

21世紀の課題は、「アンパンカン（安全・パン〈食糧〉・環境）」である。これらの問題を解決するためには、環境経済政策、都市計画の立案・提唱が必要になる。環境自給都市を建設するためには、3セイ（制度A⇔生産B⇔生活C）のネットワークの構築、セイシンジュン（制心巡〈モノ・ココロ・礎〉）一制：物的流通システム、心：衣食住文化、巡：循環型インフラ（礎石）が必要になる。日本文化においては、特に「エゴ（エコノミー）とエコ」を均衡にする制度とインフラづくり、「情（右）一知（左）」「個人一共有」「内部一外部」「家屋一天体」（自然基盤は生活基盤）「単純一複雑」の均衡、環境文化（グリーンミーム）が必要になる。

なお、本文の略語のフルネームと若干の解説などについては、末尾「環境自給都市用語ABC」を参照いただきたい。

第1章 九州の自給の課題

九州は、自給に重きを置かないで、他地域・他国へ、移出・輸出してばかりの州のまままで良いのか？つまり食糧・人材・エネルギー供給基地のまままで良いのか？日本は、自給に重きを置かないで、他国から輸入してばかりの国のまままで良いのか？

50%を下る、農畜水産物などの食糧のオリジナルカロリーベースの自給率（40%）の停滞、過度な木材・エネルギー源の輸入、したがって仮想水の過度な輸入は、土からの隔離による個人の精神不安定、他の共同体や他地域の土の収奪による略奪者の精神の荒廃、自己の属すべき大地とそのコミュニティの崩壊を意味しているのではないかと？OECDの中でも、低すぎる日本の10年近い自給率40%へ

の停滞は、ただ単に、食糧安保、農業・林業・水産業の多面的機能の評価、地球環境保全などの物質的な意味に留まらず、精神荒廃、海賊の国への墮落を意味しているように思われる。

なぜ、耕せる大地、豊かな森林を持ちながら、農産物や材木を輸入するのか。それは、国際競争の最中、安く輸出でき、富むことのできるアグリビジネス、フォレストリービジネス等の業者と国内より安いそれらを流通させ使用する業者と消費者がいるからである。また、計画的戦略的農政や林政やNPOが欠如し、農林を囲むコミュニティ活動が不足しているからである。

この問題には、制度A⇔生産B⇔生活Cの政策視点から取り組む必要がある。本章では、この視点と問題の九州の自給統計を示しておきたい。

第1節 調査研究の視点と枠組み

自給率向上のためには、自治体・国家A⇔企業・JA・農業法人・農家・NPO等のB⇔消費者・市民Cが三位一体となった協同・共創・協働、つまり制度A⇔生産B⇔生活Cが必要ではないかと？特に、制心巡、つまり制：物的流通システム、心：衣食住文化におけるグリーンミーム、巡：循環型インフラ、静脈流通、再生の運動が重要ではないかと？

1. 視点

制度A⇔生産B⇔生活C、制心巡、について、自給日本・九州内自給都市を実現するためには、どういう観点から分析調査すれば良いのか？本項では、その観点を明らかにする。「エゴ（エコノミー）とエコ」を均衡にする制度とインフラづくり、「情（右）一知（左）」「個人一共有」「内部一外部」「家屋一天体」自然基盤は生活基盤、という大枠も視点になる。

(1) 制度A

政A・制度Aについては、AのRRR

(Rule/Role/Tool [金子]) の視点が重要になる。以下、RRTを列挙しておこう。

Rule：流通システム（卸売り市場・産直・直売・地産地消）・循環型社会形成推進基本法（食品リサイクル法・建築資材リサイクル法）・食育基本法・国の食糧法/食料農業農村基本法下の国の「米政策改革」「新基本計画」への自治体の対応。食育の充実、たとえば鶏の解体などを通じた、命の教育、援農・収穫祭参加、食べられる樹木・野草の教育。緊急の場合の小学校区—CVS—物流拠点、A—JAの連携⁽⁴⁾。食品産業クラスターも重要。

水については、都市内の水源・雨水・河川・ダムなど水の自給率の概算、ビル内水循環・雨水利用・洪水貯水タンク設置・家庭菜園への台所排水の活用などによる量的自給と脱環境ホルモン脱塩素・トリハトメタンなど質的な自給アップについての取り組みが今後の各都市の課題になる。

定年帰農については、その制度化補助はA⇔Cのウイウインになるだろう。博報堂2005年10月11日発表では、団塊世代の「生涯現役志向」6割〈57.8%〉が「定年後も仕事を」〈1946-1951年生まれ男女360人から回答。42.5%：仕事・ボランティア・趣味を全て。1.4%：仕事・ボランティア。13.4%：仕事・趣味。0.5%：仕事のみ〉[Asa・S-1_{2005/10/13}〈朝〉] したいと思っている。

後継者不足、過疎化対策のための農業法人化も苦肉策となる。集落営農、内法人化は、わずか農事組合法人41、有限会社8 ([Kyu・N-1₀₄] p.61「集落営農実態調査結果」2005年5月)。

その他、エコファーマー、マイスター制度の充実、林業におけるオーストリア的なローテーション管理、A内部の縦割り行政を越えたヨコの連絡（第2章第2節で展開）、カネ：助成制度の充実、システム：卸売り市場の充実、「原産地呼称管理制度」（仏政府がワインで開始。日本では、民間で日本酒が初。行政関与は、長野県が、ワイン・日本酒で初

（2003年）。佐賀県は、2004年度から、佐賀県産原料100%使用して、日本酒・焼酎を予定などの工夫が重要。法：「食品安全基本法（2003年5月制定）」BSE対策。

休耕田活用、転作奨励金統行、学校給食、食育、トンチンパク（内—加工—外食）の2—5—3についての内食の重要性（健康を保持しつつ、自給率向上）の食育、地域スーパー・直売所への補助、グリーンツーリズムへの援助も重要である。

Role：リスクマネジメント、良民の飢餓からの予防的救済のRuleを整えること。たとえば、漁獲高激減—①諫早湾干拓（堤防のギロチンの締切による干潟の肝臓的浄化機能の損失と有明海潮流の低速化）、②筑後川の福岡市上水道のための取水（淡水流入の激減）、③二枚貝の激減（①②による）⇒浄化機能損失、④環境問題：合成洗剤・トリブチルスズの継続。Aに対する水門開放等の対処。また、国内産木材の放置：①第1次生産面における山村のカキケコ〈過疎化間伐手入れ不足管理不足、棄村・空洞化・経済格差・国際価格競争〉、②第2次加工面高級内地材加工（家具・工芸・建築）職人不足、③消費面における日本家屋の洋風化（建具など間伐材利用の激減）、といった木に関わる方策。

Tool：カネ：産地づくり交付金・中山間地直接支払い・国際化対応（ゲタ「諸外国との生産条件格差是正支払」+ナラシ「価格・収量変動による収入変動の影響緩和支払い」

[Iso・H-1] p.9)。ヒト：認定農業者・新規就農・醒：食育文化（meme：法華経—汎神論—江戸時代の魂）。モノ：WCS（Whole Crop Silage）など休耕田への転作補助・保管：都市内備蓄米制度のための助成・予算編成。水については、雨水浸透枿普及補助、飲めない水道水を飲めるようにする水道行政とそれへの民間Bの共同、つまり①塩素消毒の廃止（オゾン消毒など）、②環境ホルモン・鉛など有毒物質混入の克服のための予算編成などが重要になる。

(2) 生産B+制度A

B生産と政A・制度Aの連携，B生産・流通については，①B+A共同・技術進化，②ヨコのネット連絡網・情報共有，③パブリックコメントなどが方策として考えられる。

上のB+A共同については，生協・JA・農業法人など食や林に関わる産業との政（官）産共同，静脈技術静脈連携，産業クラスター，農業法人化，NPO助成，新規就農，グリーンツーリズム助成，地域通貨バックアップなどが考えられる。この静脈技術とその静脈流通のための静については，たとえば新天町「田園の風景」やレストランなどの生ゴミの共同堆肥化機械への半額助成やバイオマスエネルギー化への助成などが評価できる。「田園の風景」を中心に生ゴミ堆肥化を行う新天町協同組合は，毎日堆肥80g，90個を10：30amに市民に無料配布し，約7.2kg同量をJA甘木へ返送している。その他，福岡中央卸売り市場：2000年生ゴミ処理装置→将来家畜の餌・堆肥に，宇土市のスーパーとJAが有機性資源リサイクル，ハウステンボス：有機性資源リサイクル，大分県三重町の川崎かぼす園：残さ→堆肥，雲海酒造：焼酎粕→飼料化。家庭ゴミリサイクルについては，宮崎県都農町：グリーンガイア実験プラント（運搬業者がJA堆肥センターへ），長崎県吉井町自治会：団地に生ゴミ処理機→堆肥を無料で配布，長崎県：農家主導で生ゴミ回収→堆肥（TV），大木町：処理容器に補助金などが実施されている。

(3) 生活C+生産B

生活C+生産Bについては，それらの主体の組合わせて「地産地消」が進んでいる。①産B消C提携，②産B一流通業務B生協B・NPO一消C一静脈産業B連携，③レストランB・保育園B一消C提携などである。①産B消C提携については，それを組織化しているのが，福岡市周辺では，古野・八尋・宇根・筋田・夢野氏などの農園である。②③については，流通B：グリーンコープ⁽⁶⁾福岡市及び

その周辺では熊本の有機農産物⁽⁶⁾を宅配する「水車の會」B，有機レストランについては，岡垣町の有機食材を扱うぶどうの樹（オーナーは小役丸氏），グリーンコープ提携の「たのくら会（野菜・葡萄）」などの有機農産物を食材にするラウラウ，沖縄料理の「がちまや」，水車の會の食材を使用する「自然屋」，柳川近くの三瀨の野菜や雑穀の有機農産物を食材にする「キャトルセゾン旬」，水車の會の食材や京都の旬の食材などを使う創作料理の店（福岡市城内）や大橋の「野菜王国」などがある。野菜のみならず，これらのレストランは，地場のブランド，加工食品：焼酎・日本酒なども置いている。

「土づくり，人づくり [山下氏：南九州資材]」「旬産旬消（武富）」型流通システムづくり，産消提携一産業提携（弁当）一産協提携は今後進むことだろう。その「地産地消（篠原）」：空間（地場生産地場消費）一「地産地&客消」「地&客産地&客消」については，それと同義語，もしくは時間空間LC循環を配慮した次のような言葉で括るのも，良い視点になる。究極は，「自産自消＝自給（齋藤）」である。その他，ガレージセール，九州産米の消費量アップも重要。

生活Cについては，生活Life style/食生活，正：省：量から質へ，聖：収穫祭，冠婚葬祭，肉から菜・穀へ，雑穀・有機レストランの活用，期の「旬産旬消（武富）」への理解，恵比寿かきなどのブランド理解が必要になる。

「旬産旬消（武富）」：時間（旬の生産，旬の消費）一直売店，「地消地産（鳥丸）」市場志向の消費者の我が儘のための生産，「巡産巡消（齋藤）」：種間（循環型の生産一消費一再生，生態系準拠の有機農法と生ゴミコンポスト化の「消費」）一食品リサイクル法対応，地域住民を主体にした衣食住に関わる「近産近工近用（齋藤）」が目標になる。以上，自給都市構築施策・計画案策定の観点を示した。次項では，九州農業の現状について紹介することしよう。

2. 現状と自給統計

日本と九州農業の現状，九州農業の方のカキケコ（牧野）の課題とそれを克服すべき，SWOT（自給へ）はどうか？本項では，その課題と現状を明らかにしたい。

(1) 日本の自給展望

まず，「国内生産のみ」の食料での自給の図表とそれと外れた現在の高蛋白・高カロリーの墮落した食生活ゆえの「品目別供給熱量自給率」の低落についての図表を掲げておきたい。

(2) 九州の価格破壊・食糧

本項では，食糧・労働力の供給基地，九州の状況と九州の「カキケコ」の「カ」を示しておきたい。「カキケコ」とは，こうである。

カ（価格破壊）デフレスパイラル・円高と

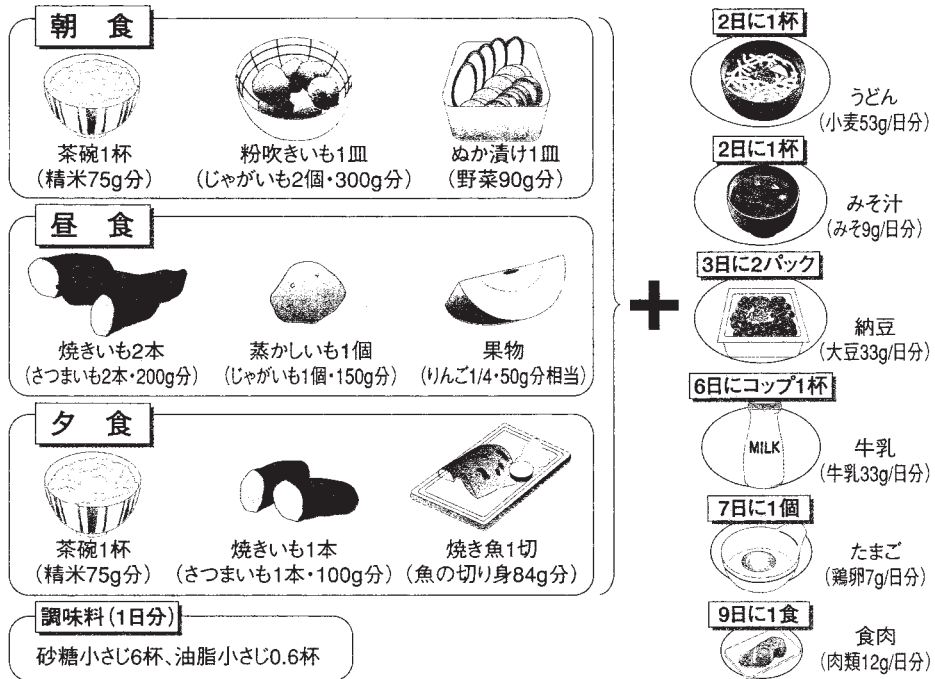
コ・キ：コメ・食品・外食→流通革命（仲抜き：時経），キ（規制緩和）市場：食糧法・許認可緩和，ク（空洞化）グローバ：開発（中国1元=¥15）輸入・商社買付/WTO & 後継/高齢/過疎化，ケ（景気停滞）債務：バブル→RCC，コ（国際化）輸入自由化市場浸透/下方平準化：IT/運輸技術/多国籍企業←カキケコの相乗（香港上海へ輸出：福岡のあまおう・浮羽葡萄・日田の梨）。

カ（価格破壊）は図表1-1-3を見れば，また食糧・労働力の供給基地，九州の意義は，図表1-1-4を見れば，明らかである。

3. 九州の自給展望

図表1-1-5が示すように，生産B⇔生活Cの面から，「雨にも負けず」の宮沢賢治のように，玄米を食べ，菜食中心の生活をすれば，

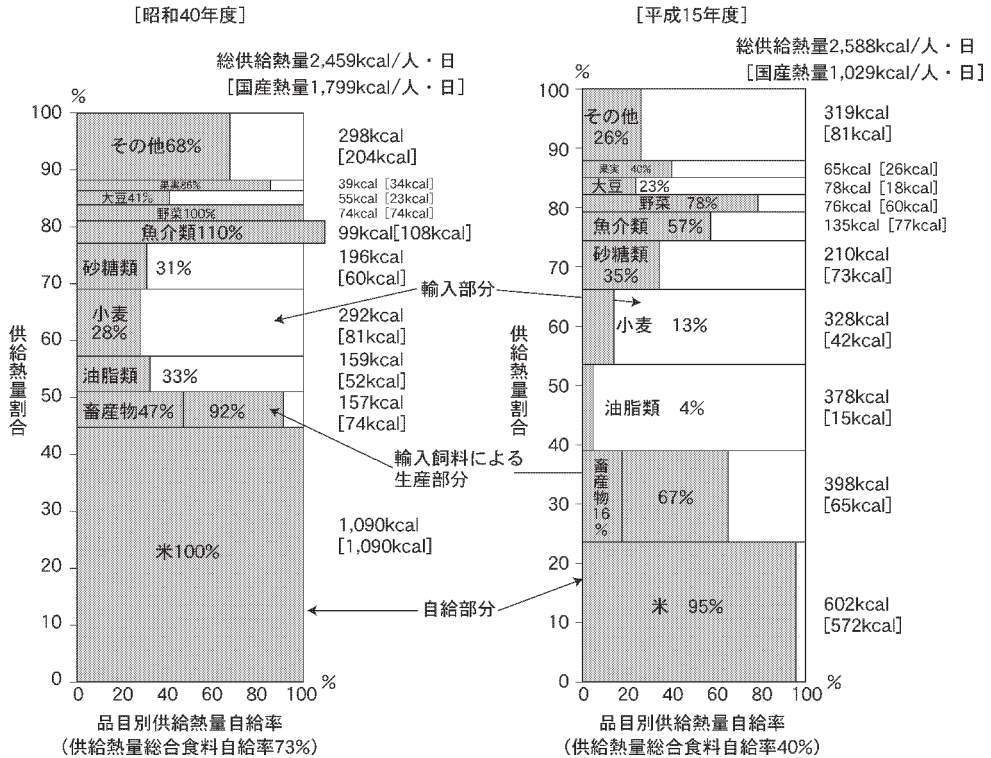
図表1-1-1 「国内生産のみで2,020Kcal供給する場合の1日の食事のメニュー例」



資料：農林水産省作成。

注：27年度の食料自給率目標が達成された場合における農地面積，農杓技術水準等のもとの試算結果に基づくメニュー例であり，昭和20年代後半のメニューを示すものではない。

図表1-1-2 「供給熱量の構成の変化と品目別供給熱量自給率」



資料：農林水産省「食料需給表」
 出所：[Nor・SS-11₀₄] p.61

図表1-1-2 面積 (km², 2003年)：

F：福岡県4,972.98, S：佐賀県2,439.31, N：長崎県4,094.04, Ku：熊本県7,404.31,
 O：大分県6,337.97, M：宮崎県7,734.76, Ka：鹿児島県9,187.34, Kyu：九州42170.71,
 Z：全国, 372871.00

図表1-1-3 九州の力（農産物の価格破壊）

価格指数1995年	2000年	2004年
総合 100	90.4	95.4
(生産資材100	102	104.7)
コメ 100	82.9 (麦97.1芋100.6)	86.5 (麦90.7芋105.5)
野菜 100	84.6 (根菜77.7)	95.9 (根菜91.8)
花 100	93.4	96.2
畜産物 100	98.2 (卵109.5, 乳92.7)	106.1 (卵100.1, 乳94.8)

[Kyu・N-1₀₁] p.89, [Kyu・N-1₀₄] p.267

図表1-1-4 九州：食糧・労働力の供給基地

実状：	全国	九州（7県含まず沖縄）
2002年耕地面積	476万2,000ha	58万5,600ha
人口	1億2,647万8,700人	1,346万6,100人
1人当たり耕地面積	376m ²	435m ²

図表1-1-5 1人当たり耕地面積（2002年）

実状：	全国	九州（7県含まず沖縄）
2002年耕地面積	476万2,000ha	58万5,600ha
人口	1億2,647万8,700人	1,346万6,100人
1人当たり耕地面積	376m ²	435m ²

日本有機農業研究会の試算にあるように、500m²/人（自給の仮説、内コメ100m²/人=60kg）、4人家族で2反一約670坪で自給可能なのだそうである。九州の現在の耕地面積を人口で割れば、435m²/人（九州）となる。全国平均では、376m²/人（全国平均）であるから、九州は平均より自給優位にある。玄米中心の食生活は、水の自給率も高めることになる。

その展望の内、2002年の食糧自給について、1人当たり耕地面積は、500m²/人が必要である（日本有機農業研究会試算）が、九州7県全域におけるそれは435m²/人（58万5,600ha/1,346万6,100人）である。そこで、九州内地産地消運動と緊急時のその不足分の65m²/人の確保が必要になる。全国平均376m²/人（476万2,000ha/1億2,647万8,700人）より優位ではあるが、まず九州が自給のお手本を示す必要がある。

食生活Cの面から、菜食中心で、仮想水や飼料用消費カロリーを減らすことができる。仮想水については、仮想水3.6t→1kg米、仮想水2.0t→1kg小麦、仮想水2.5t→1kg大豆、仮想水1.9t→1kgトウモロコシ、仮想水4.5t→1kg鶏肉、仮想水5.9t→1kg豚肉、仮想水20.7t→1kg牛肉である（[Kyu・N-食] [オリジナルは沖大乾：文科

省大学共同利用機関総合地球環境学研究所] p.61)。飼料用消費カロリーについては、大豆5kg→油1kg、菜種2kg→油1kg、トウモロコシ3kg→鶏卵1kg、トウモロコシ4kg→鶏肉1kg、トウモロコシ7kg→豚肉1kg、トウモロコシ11kg→牛肉1kgである。このことは、肝に銘ずべきである。

カロリーベースの自給率（2002年）は、日本40%、スイス54%、和蘭67%、伊太利71%、英国74%、スウェーデン87%、スペイン90%、独91%、米国119%、カナダ120%、仏130%、濠230%（出所：[Kyu・N-1₀₄] [オリジナルは『食料需給表』]）となっており、日本の重量ベースの自給率（%）は、図表1-1-6のようになっている。

以上、本節では、自給都市実現を展望し、現状を分析する視点の「3セイ」を明らかにし、九州の食糧自給の現状の統計と展望を明らかにした。次節では、日本と九州の自給の可能性について、さらに詳しく論じたい。

第2節 日本と九州の自給の可能性

制度A⇔生産B⇔生活Cの面から、日本と九州の自給率を向上させるにはどうすれば良いのか？本節は、その可能性を探る。

図表1-1-6 日本の重量ベースの自給率 (%)

	1995年	2003年 (2003年<概算>)
米	103	95 〈主食用100%〉
小麦	7	14
豆類	5	6
穀物(食用+飼料用)	30	27
主食用穀物	64	60
飼料	26	24
野菜	85	82
果実	49	44
鶏卵	96	96
牛乳・乳製品	72	69
肉類(除く鯨肉)	57	54
砂糖類	31	35
魚介類	57	50

出所：[Kyu・N-1₀₄] (オリジナルは『食料需給表』)

1. 生産Bの面から

図表1-2-1が示すように、1999年→2000年に、自給率を40%→41%にするための、国内生産量拡大は、小麦の場合、42万t(12万ha)増、大豆の場合、28万t(16万ha)増、牛乳・乳製品用飼料の場合、1,536万t(39万ha)増。三穀物・飼料増の努力をすれば、自給率を40%→43%に上昇させることができる。

次に、北海道・東北・関東・甲信越・東海・北陸・近畿・中国・四国・沖縄・全国と九州の比較について、JA取り扱い、地域内循環

に立ち入ってみよう。

図表1-2-5が示すように、JAの九州産出荷(含む州内)総額は、41,718百万円であり、州内出荷(州内循環)は、9,160百万円である。つまり、九州産のJA取り扱い農産物は、金額ベースで、その内の22%(9,160百万円÷41,718百万円)が、九州向けに出荷、州産州消されている。残りの78%(32,558百万円÷41,718百万円)は、近畿、関東など州外へ出荷されていることになる。

しかし、注意すべきは、食糧供給基地九州は、輸入品を除けば、州内への州外からの入荷は、わずか3,432百万円で、全JA農産物全九州消費分の約27%(3,432百万円÷12,592百万円)であり、73%(地域内循環率=9,160百万円÷12,592百万円)は九州産のものを移出入自給していることになる。

州産州消の「都市←近郊農村」の流通の割合については、大都市圏の関東84.9%、近畿98.3%が突出しており、日本海とアルプスに囲まれた北陸84.1%、瀬戸内海側の広島・岡山・宇部・福山・下関、日本海側の松江・米子・鳥取を控えた中国79.7%となっている。つまり、九州JA全生産全国(含む九州)への出荷量(41,718百万円)→九州への出荷(9,160百万円)は、わずか22.0%(図表1-2-5 [Kyu・K-1₀₄] p.17)、近畿JA全生産量→近畿：98.3%、関東JA全生産量→関東84.9%、北陸JA全生産量→北陸84.1%、中国JA全生産量→中国79.7%となっている。九州について、政令指定都市、福岡市・北九

図表1-2-1 40→41% (1999→2000) —自給↑の国内生産量拡大

小麦のみ：	42万t (12万ha) 増 58万t (17万ha) →100万t (29万ha)
大豆のみ：	28万t (16万ha) 増 19万t (11万ha) →47万t (27万ha)
牛乳・乳製品用飼料のみ：	1,536万t (39万ha) 増 3,803万t (96万ha) →5,339万t (135万ha)

出所：全国 [Ada-1] p.58。オリジナル [Nor・SS-1₀₀] p.41を足立氏が加工。

自給率 (Kc02年度金01年) $Kc = 1 \text{人分地場産} Kc \div 2599 Kc$

金 = 県内生産額 ÷ 県内消費額 Kc 米高・果実低, 金: 米低実高

図表1-2-2 県レベル自給率
(%, 全国40% (Kcal) : 70% (金額))

Kcalベース(2002年)	金額ベース(2001年)
福岡 : 22	41
鹿児島 : 83	201
佐賀 : 100	146
沖縄 : 31	53
長崎 : 42	129
山口 : 34	62
熊本 : 63	156
広島 : 24	40
大分 : 54	133
東京 : 1	6
宮崎 : 60	235
長野 : 53	122

出所：[Nor・S-1] 農林水産省『我が国の食料自給率』農林水産省，2003年。

図表1-2-3 「九州の食料農水産物自給率の推移」

(%)

		1975年度	1980年度	1995年度	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度
主要農水産物の品目別自給率	米	110	107	104	95 (100)	95 (100)	95 (100)	96 (100)
	小麦	4	14	7	9	11	11	13
	豆類	9	8	5	6	7	7	7
	野菜	99	95	85	83	82	82	83
	果実	84	77	49	49	44	45	44
	鶏卵	97	98	96	96	95	96	96
	牛乳・乳製品	81	85	72	70	68	68	69
	肉類(鯨肉を除く)	77	81	57	54	52	53	53
	砂糖類	15	33	31	31	29	32	34
	魚介類	99	93	57	56	53	48	47
主食用穀物自給率		69	69	65	59	60	60	61
供給熱量総合食料自給率		54	53	43	40	40	40	40
金額ベース総合食料自給率		83	82	74	72	71	70	69

※米の()内数値は、主食用自給率。

(九州農政局)

出所：[Nis・NS-1] p.93

州市を控えながら，22.0%は，低すぎる。

図表1-2-6が示すように，食糧供給基地，九州からの主たる州出荷先は，近畿32.9%，関東20.3%，甲信越10.4%となっている。

あらためて，JA地域(州)内循環率を算出しておこう。JA出荷額，九州9,160，北海道12,313，東北7,330，関東64,428，甲信越

1,644，東海8,328，北陸557，近畿2,988，中国1,972，四国2,803，沖縄0，全国284,355(単位：百万円)を，それぞれ，JA需要額(消費額)，九州12,592，北海道14,005，東北17,360，関東126,404，甲信越/10,204，東海25,982，近畿57,674，中国8,481，四国5,399で割ると，九州73%，北海

図表1-2-4 「九州各県の食料農水産物自給率の推移（供給熱量ベース）」

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度
福岡県	20	22	22	22	22
佐賀県	87	98	96	100	95
長崎県	41	41	42	42	43
熊本県	53	61	62	63	63
大分県	45	54	54	54	55
宮崎県	58	62	61	60	62
鹿児島県	76	80	83	83	80
全 国	40	40	40	40	40

出所：[Nis・NS-1] p.93 (九州農政局)

図表1-2-5 州産州消の「出荷地域別出荷割合（JA）」（%/百万円）

消	北海道	東北	関東	甲信越	東海	北陸	近畿	中国	四国	九州	沖縄	合計	
北海道	28.7%	12,313								3.8%	1,666	43,727	
東北		23.3%	7,330							1.8%	556	31,465	
関東			84.9%	64,428						0%	0	75,855	
甲信越				13.7%	1,644					5.0%	604	12,023	
東海					25.8%	8,328				0%	0	32,292	
北陸						84.1%	557			0%	0	663	
近畿							98.3%	2,988		0%	0	3,041	
中国								79.7%	1,972	1.6%	38	2,475	
四国									6.9%	2,803	1.4%	568	40,699
九州										22.0%	9,160	41,718	
沖縄										0%	0	398	
全国										4.4%	12,592	284,355	

出所：[Kyu・K-1₀₄] p.17を筆者がピックアップ。オリジナルは1997年3月発行，日本施設園芸協会「低コスト省資源型野菜流通システム検討事業報告書」九州22% = 9,160 ÷ 41,718

図表1-2-6 九州産「出荷地域別出荷割合（JA）」（%/百万円）（[Kyu・K-1₀₄] p.17）

生産\出荷	九州	北海道	東北	関東	甲信越	東海	近畿	中国	四国	合計
九州	22.0/ 9,160	0.4/179	0.5/225	20.3/8,467	10.4/4,330	6.5/2,695	32.9/13,7723	4.9/2,040	2.2/900	100.0/41,718
全国	4.4%12,592	4.9/14,005	6.1/17,360	44.5/126,404	3.6/10,204	9.1/25,982	20.3/57,674	3.0/8,481	1.9/5,399	100.0/284,355 (合計には含む北陸・沖縄)
循環率 (JA)	73%	88%	42%	51%	16%	32%	5%	23%	52%	100%

北陸/沖縄への出荷は0（出所：[Kyu・K-1₀₄] p.17，オリジナルは1997年3月発行，日本施設園芸協会「低コスト省資源型野菜流通システム検討事業報告書」）

道88%，東北42%，関東51%，甲信越/16%，東海32%，近畿5%，中国23%，四国52%となる。

したがって、図表1-2-7の示すように、各地域の、輸入品を除く、国内のみのJAの地域内循環率は、第1位北海道88%，第2位九州73%，第3位四国52%，第4位関東51%，第5位東北42%，第6位東海32%，第7位中国23%，第8位甲信越/16%，第9位北陸(557÷6,119)，第10位畿第5%，第11位沖縄1% (2÷136) となる。

2. 食生活Cの面から

図表1-2-8が示すように、1999年→2000年に、自給率を40%→41%にするための、一穀物、一品当たりの努力、三穀物、三品の努力をすれば、自給率を40%→43%に上昇することになる。

3. 農産物直売所

九州の1箇所の農産物直売所について、その開設時期は、について、—61百万円(平均販売額/年1箇所)、85人(平均出荷生産者人数/1箇所) ([Kyu・N-食] pp.12~13)、九州の有人販売店舗832店舗、1996年以降開設のもの58.1%、1991年~1995年に開設のもの27.6%、1986年~1990年に開設のもの10.1%、

1985年以前に開設のもの4.2%である(アンケート調査：回答69.6%，579店舗) [[Kyu・N-食] p.12]。

上の九州の農産物直売所の年間販売額については、1箇所の農産物直売所は、平均61百万円(平均販売額/年1箇所)の売上、85人(平均出荷生産者人数/1箇所)であり、年間1億円以上販売する直売所が16%を占めている。回答69.6%，579店舗の「総売上額は、約310億円」になり、「九州の農業粗生産額の約2%」に達している [[Kyu・N-食] pp.12~13]。

具体例として、主として耶馬溪の減農薬農産物を直売している「みんなの店」を紹介し、その経営手腕を披露しておきたい。

小さな農園

2005年2月23日(水曜日)1号店の土橋さんにインタビューした内容を、同年5月25日にチェックしてもらったもの。

小さな農園：社長：山口義人，ph，923-5082 (1950年9月13日生まれ)，株主28名，取引農家は750軒。

2001年11月5日，3年前開店，二日市中央通り，1号店の土橋さんにインタビュー。

2004年1号店1日22万5000円(最初は1日2-3万円程度)，2号店10万円，3号

図表1-2-7 JAの地域内循環率順位

第1位北海道88%，第2位九州73%，第3位四国52%，第4位関東51%，第5位東北42%，第6位東海32%，第7位中国23%，第8位甲信越/16%，第9位北陸(557÷6,119)，第10位畿第5%，第11位沖縄1% (2÷136)

出所：[Kyu・K-1₀₄] p.17を加工。

図表1-2-8 40→41% (1999→2000) —自給↑の消費量増加

	米	小麦	大豆
増g/人・日	7.4g	7.1g	6.1g
g/人・日(99年)	178.0	88.4	17.8
備考	1口増/1の食事回	うどん3杯/月国産小麦	豆腐3丁/月国産大豆

出所：全国 [Ada-1] p.59, p.60。オリジナル [Nor・SS-1₀₀] p.42を足立氏が加工。

店10万円以上2004年の売上、サニー45店舗にテナント「小さな農園」経営：事務所の半分が専従（21名）。能力評価。

客：ほとんどが歩いて来店。

春日原の1丁目、2号店は、2004年8月3日開店、

博多区東月隈の3号店は、2004年11月11日開店。

4号店は2005年3月20日に大橋駅に開店した。

現在6：00amから6：00pmまで。

流通：佐賀県・筑紫の市一小郡市（インター側）、大分、熊本、鹿児島に、トラックが16台一大分の耶馬溪（社長の山口さんは3：00amに自宅を出て、配送）・小国の農家代表（薩摩芋）、中食マーケティング。植木の西瓜。＊配送する農家に売上の〇％を渡す。

第2章 自給都市

なぜ、田園都市を構想しなければならないのか？その理由は、都市と農村を巡る分業の弊害の「カキクケコ（格差・教育・空虚・経済・雇用）」の弊害を超克すること、すなわち、①格差・隔離：分業、行き過ぎた社会内分業の細分化、都市の農林水産業から隔離・懸隔に伴う階層的格差、②教育：土から離れすぎ、命を頂くことを教える食育・食文化の喪失、精神労働至上主義に偏重した教育の歪み、③空虚な虚業：周辺農漁山村や周辺農林業水産国から「パン」を収奪し、「サーカス」を楽しむローマ帝国型の都市、都市型国家の虚業的性格・退廃・人心荒廃、④経済：経済効率を優先し都市農林水産業の自然的環境保持する多面的機能の喪失、地場の固有の環境保全文化（コミュニティのグリーンミーム）の喪失、⑤雇用・国際化：高齢化・定年問題の深刻化、行き過ぎた国際分業の国家間格差の固定の促進などがもたらす弊害を超克することにあるのではないかと？

われわれは、都市型近代的農業を目指し、上の①②③④⑤を超克するために、北京市の都市型近代的農業＝「6種農業（種子・施設・観光レジャー・外貨獲得・加工・特色—農業）」（[Sho・S-1] p.53）を批判的に評価してはどうか？現実妥協的な大「消費」都市内農業構想を練り、都市の田園構想と結びつけ、都市内の循環型農業を実現すること、たとえば無公害・寄生虫対策を施した、綾町のような人糞尿の再利用などの「巡産巡消」を実現することこそ、21世紀の課題である [[Sho・S-1] 参照]。

第1節 九州都市内自給の3セイ

制3セイ、すなわち、A制度⇔B生産⇔C生活（A制度・流通面、B生産面、C生活・消費面）の自給方策の内、本節では、A制度・流通面を特に強調し、給食・流通システム直売所などについて考察する。

直売所経営の9課題（甲斐論指摘）を筆者が纏めると、「①高齢化・後継者、②店舗デザイン、③IT化対応、④品質安定、⑤経営責任者のRole・権限、⑥GMS化の是非、⑦JAとの連携、⑧生産者確保、⑨JA/A（行政）の担当部署の設置・Role明確化」となる（[Fuk・S-1] p.226）。

全国的な課題は、①質量確保、②地元産品の情報収集、③A⇔B⇔Cの協力の3点。長崎大学「学校給食自給率調査」によれば、「全国58の給食施設」の「学校所在地の市町村で生産された」「地場産品」を使用している、重量ベースの全国の「平均自給率は9.4%」である（[Kyu・N-食] p.11）。

事例：佐賀市では、2002年度「ニシノカオリ（国産品種製パン用小麦粉）」作付け4.3ha（必要面積30ha）に市から86万円を助成し、それを給食用パンに活用。A教育委員会が、食育・自給（地産地消）・食環境整備を目指して、「新世紀の学校給食のあり方」を発表。

熊本市Aは、2001年度から目的意識的に、

「米、大豆、みかん、スイカ」を利用し、またプロシューマリズム的に「先進地・大豆加工工場等の視察・研修、献立研修会」やB生産者、C生徒、児童との「交流会・推進検討会」やC市民の意見交換の場、「くまもと食農塾」を開いている（[Kyu・N-食] p.11）。

JA熊本市からは、2002年度時点で、「学校給食納入組合」に向けて、天明支店から9月～3月にレンコン11,906kg、北部支店から5月21日～6月14日にすいか8,356kg、河内支店から11月1日～11月16日にミカン8,735kg、東部支店から1月にピーマン178kg、画図店から1月9日～1月10日にセリ100kg（¥2,000/kg）、城山支店から4月10日～5月14日に春キャベツ、芳野店から9月3日～9日、9月17日～30日に梨、飯田店から11月～3月にナスが供給された。

本節の最後になったが、訪問取材で印象に

残ったし、実際、実績のあるのは、各カテゴリーと各市の次のような関係である。すなわち、危機意識・心・食育郷土料理・県庁食堂・冷や汁・魚山亭―宮崎県と宮崎市、ゴーヤチャンプルー―沖縄県庁、新規就農―鹿児島県、スローフード―佐賀市、地産地消―長崎（島―山―キリシタン）、食―大分市のヨコの連絡網、水―熊本市・福岡市、森林―宮崎、直売所―佐賀市：JA野菜畑、技術・連携網・静脈―福岡市「田園の風景」である。次節では、特に食―大分市のヨコの連絡網を紹介しておきたい。

第2節 組織・連絡網・ヨコータテ割り克服

横断的組織：2010年へ向けた、未来構想、大分市A「おおいた「食」・「農」連携推進事業「ファネット」(FANET：Food・Agricultural-NET)は、九州の中の自治体で、も

図表2-1-1 給食「小・中学校における地場農産物使用状況」（地場農産物の恒常的活用）

F：81.7%，S：75.6%，N：95.0%，Ku：95.7%，O：53.1%，
M：79.5%，Ka：82.8%，Kyu：82.0%，Z：75.6%

①地場産，②県産（除く①）F：福岡県，S：佐賀県，N：長崎県，Ku：熊本県，O：大分県，M：宮崎県，Ka：鹿児島県，Kyu：九州，Z：全国
出所：[Kyu・N-1₀₄] p.89

図表2-1-2 農産加工場の「地場農産物の仕入額の割合」（県産割合）

F：①11.6%，②47.4%，S：①29.7%，②52.0%，N：①58.9%，②7.7%，
Ku：①85.1%，②11.9%，O：①93.1%，②0.7%，M：①99.2%，②0.3%，
Ka：①87.1%，②4.1%，Kyu：①88.4%，②5.5%，Z：①79.5%，②7.4%

①地場産，②県産（除く①）F：福岡県，S：佐賀県，N：長崎県，Ku：熊本県，O：大分県，M：宮崎県，Ka：鹿児島県，Kyu：九州，Z：全国
出所：[Kyu・N-1₀₄] p.89

図表2-1-3 「産地直売所における地場農産物の販売割合」（県産割合）

F：①70.2%，②5.9%，S：①59.5%，②7.9%，N：①55.4%，②4.5%，
Ku：①69.5%，②8.7%，O：①78.1%，②2.1%，M：①75.8%，②10.5%，
Ka：①70.1%，②6.2%，Kyu：①70.2%，②6.3%，Z：①63.8%，②6.5%

①地場産，②県産（除く①）F：福岡県，S：佐賀県，N：長崎県，Ku：熊本県，O：大分県，M：宮崎県，Ka：鹿児島県，Kyu：九州，Z：全国
出所：[Kyu・N-1₀₄] p.88

図表2-1-4 都市人口・面積・農家数・農地面積

	①人口 (人, 2004年)	②面積 (km ² , 2003年)	③農家数 (戸・人)	④農地面積 (km ² , 2003年)
F市:	①1,326,875	②340.6	③3,199戸 (3,637人)	④31.2
KK市:	①993,983	②485.6	③9,760人	④27.1 (2003年)
S市:	①163,762	②103.8	③2,391戸 (10,741人, 2000年)	④38.5 (2000年)
N市:	①417,146	②241.3	③2,379戸 (2000年)	④10.8 (2000年)
Ku市:	①656,969	②267.1	③5,949戸 (10,850人, 2003年)	④70.7
O市:	①440,855	②361.0	③4,699戸 (18,933人)	④33.3
M市:	①307,810	②287.1	③12,094人 (2000年)	④30.8 (2000年)
Ka市:	①546,599 (合併後約62万)	②289.9	③3,395戸 (2000年)	④14.2 (2002年)
K 8 市計:	①3,860,016	②2376.4		④256.6
九州計:	①13,436,352	②42,165	③317,100戸	④5807.0
全国:	①127,686,608	②377,907	③2,934,000戸	④36,500

F：福岡，KK北九州，S：佐賀，N：長崎，Ku：熊本，O：大分，M：宮崎，Ka：鹿児島

①K 8 市計÷九州計=3,860,016÷13,436,352=0.287≒約3割。

②K 8 市計÷九州計=2376.4÷42170.71=0.05635≒約6分

ha=10,000m²=100a=0.01km²，1反=10畝=300坪=991.7m²=0.1町

し実現すれば、大分モデルとして、先駆になるのではないか。

さすが、ヒトづくり、文化創造の「一村一品運動」の大分県である。2005年現在、あくまでも、部外秘の構想段階ではあるが、筆者は、これが自給率向上のA⇔B⇔C共創の横断的組織あまりに素晴らしいので、以下引用させていただくことにする（原型は横浜市のモデル）。

「ファネット」は、次の6分野を横断する。A関連部局レベルでは、「企画・農政・商工・市民・福祉保健・教育総務・学校教育・環境・都市計画の各部，農業委員会事務局」。6分野は、①「流通・消費」⇔②「農業」⇔③「教育」⇔④「健康」⇔⑤「環境」⇔⑥「観光」⇔(①へ…)の6つである。これら6分野に関わるA課レベルでは、①はA「商工労

政・市場・市民生活・教育指導・園芸畜産」，②はA「農政・園芸畜産・耕地林業」，③はA「生涯学習・教育指導」，④はA「健康・衛生」，⑤はA「環境対策・公園緑地・耕地林業・農業委員会事務局」，⑥はA「観光・園芸畜産・農政」が参画する。特に①は、A「官」行政及び上記の他の「行政関係者」以外に、BやCで構成される。すなわち、①はB「産」「生産者団体（JA大分市他）」「流通業界」とC「消費者団体」「学」の「学識者」でも構成される。

それぞれの「連携目的」は、①「地産地消運動の推進」，②「地域に根付いた農業の活性化」，③「農業を通じての情操教育の推進」，④「健全な食生活を通じての健康増進」，⑤「農村における自然・生態系の維持，保全」，⑥「魅力産物（料理）の開発・普及」である。

「ファネット」の基本的総合的目的は、「食」と「農」の観点から共通項目の連携を図ることにあり、「関係分野一体となり、消費者と生産者、都市と農村の「顔の見える関係」づくりを進めるものであり、有機的なネットワークを図るなか地域農産物の消費拡大や市民の健康増進、情操教育の推進等を目的とする。」

そのための施策は、①「大分市の農産物流通を考える会」の発足、②「農産物生産体制」の充実、「農産物宣伝販売」「ふれあい交流体験農業」「多面的機能の充実」、③「農産物生産・流通」見学、「農業体験」「給食等への地元農産物」の利用促進、④「食生活の見直し」啓発、⑤「農村環境基盤整備・優良農地確保・中山間地農地の保全・自然に学ぶ意識啓発」、⑥「市内産品利用のアイデア料理試作」である。

その施策の趣旨は、①「地産地消」の推進：スーパーへの産直・給食への浸透・農村での直販、②生産体制（認定農業者が核・生きがい農業・企業的農業）・宣伝販売（JAのPR）・交流体験（学童農園・市民ふれあい農園・交流施設「ふれあいの里」整備）・多面的機能充実（遊休農地再利用・中山間地農地の保全「環境農家育成」）、③生産→消費の過程の見学・学童農園を交流の場とする理解、ゆとり教育の活用、望ましい食生活、④食生活見直しの促進・パンフ作成、⑤自然資源・緑を活かした生活環境：「緑の基本計画」「環境基本計画」「田園環境整備マスタープラン」⑥地元農産物食材のかき揚げ等日常食のアイデア料理開発、スローフードなどである。その施策の効果は、①会が「地産地消」の推進情報発信・地元産農産物の安定供給、②生産体制面で①③⑤の物質的基盤、③理解・交流・食生活の醸成、④健康増進、⑤環境保全意識高揚、⑥大分の新名物料理、大分産農産物の消費拡大などである。

Aサイドからは、具体的にすでに行われている事業については、A（大分市）→B

（JA大分・農業者・農業組織）の②「生産体制」に関連して、「大分市ふれあい農産物加工品開発事業費（1999年4月施行）」が計上され、農産加工施設整備（500万円上限、床面積120m²以下、費用の半額補助）・販売促進開発マーケティング経費（費用の半額補助）がA大分市から補助されている。

同じく②「ふれあいの里」について、「大分市農業ふれあい交流施設整備事業費補助金（1999年4月実施事業に施行）」が計上産物され、その中で「市民ふれあい農園整備運営事業」（費用の半額補助、市民農園整備促進法規定農園、20a以上、5年以上設置）、「農直売所整備事業」（費用の半額補助、農業者の自主運営、床面積120m²以下、地産地消「大分市産の農産物又は農産物加工品の販売施設」）を実施されている。

上の①B「産」「生産者団体（JA大分市他）」「流通業界」グループについては、大分市内にあり、地元大分市産のものを加工したり直売しているのが、「旬吉野食品」（毎月8,18,28日にトキハデパートでふれあいイベント開催、2004年度売上：35,000万円、40人）、「アイビー」（同年度売上：500万円、7人）、「無花果工房」（同年度売上：70万円、3人）、「JA大分市女性部加工所」（同年度売上：2,500万円、?人）、「あい菜市场」（土曜日、含む海産物、同年度売上：600万円、30人）の5つである。

Cの理解：伝染病対策一鳥インフルエンザ・コイヘルペスへの対策の理解。

第3節 アンケート（連絡網一ヨコタテ割り克服）

最後に、実施したアンケートとその結果を報告しておきたい。連絡網一ヨコの組織、タテ割り克服が必要であり、前節の大分モデルのような横断的ネットワークと協力の必要性が、今後の課題になることが良く分かった。

アンケート名：九州産業大学産業経営研究所・研究プロジェクト課題：「環境自給都市in

九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動」に関する調査へのご協力をお願い。

配布（郵送）：23，回収19，内回答が18，白紙が1。

宛先：九州・中国各県・北海道庁・九州・中国各県・北海道庁所在地各市役所観光課長
発信者：九州産業大学，商学部教授，齋藤 實男

送付日時：2005年3月18日

集計日時：2005年4月8日

集計結果：配布（郵送）23，回収19，内回答が18，白紙が1。

趣旨：貴課は，貴自治体に於ける，食・衣・住等とその地元（コミュニティ）の文化の「地産地消」をPRして，観光客を入れ込む発想，「都市と農村の交流」を図る発想，「ルルブ（JTB）」から「るるぶ（創る・語る・学ぶ：佐藤誠）」へ，というプロシユーマリズムの発想をお持ちでしょうか？

また，そのような発想から，何らかのプロジェクトを組まれたり，そのために各係・各課を横断するネットワーク・組織を編成されていますか？このような，「地産地消」のPRとプロジェクトマネジメント，その組織編成という観点から，以下の設問を設けました。ご協力をお願い致します。

なお，本調査は，九州産業大学産業経営研究所・研究プロジェクトの一環として行うものであります。それは，国内外を含む九州内外からの観光客をターゲットにした「地産地消」の地域固有の衣食住の観光マーケティングが，ひいては九州の自給率の向上に結びつくのではないかと，という仮説から行うものであります。21世紀の観光の核心は，地域のヒトのココロ，地域固有の水・食糧・木材を使った衣食住の文化に触れあい，賑わうことにある，と思われま。

また，調査内容は，すでに，昨年8月と本年2-3月に訪問し，貴自治体の農林水産課で頂いた情報・資料共々，平成18年3月刊予定の『九州産業大学産業経営研究所報』で発

表させていただきます。本郵送調査は，九州・中国各県・北海道庁・九州・中国各県・北海道庁所在地各市役所の観光課長殿に御願ひしております。

設問1．貴課では，貴自治体内で，「地産地消」の地域固有のコミュニティの衣食住と観光を目的意識的に結びつけておられますか？

1-1 はい：14 1-2 いいえ：12

1-3 どちらとも言えない：2

コメント（ ）白紙1

設問2-1．貴課は，「地産地消」をPRされたことがありますか？

2-1 はい：12 2-2 いいえ：13

2-3 どちらとも言えない：3

コメント（ ）白紙1

設問2-2．上のPRのメディアミックスについて，該当するものに丸印を御願ひします。

ポスター4 チラシ4 看板0

TV2 新聞4 ラジオ0

インターネット6 DM0 観光物産展7
博覧会1

その他（リーフレット1 ）白紙8

設問3．貴課は，既存の直売所・朝市・居酒屋・衣料品店などについて，観光という観点から，商工会などと連携した，How toの支援を行われていますか？つまり，地元内の住民もお客・購買者であり，同時に地元外からの来訪者・観光客もお客・購買者であるような，既存のお店や場にマーケティングなどの「売れ，賑わう仕組みづくり」の目的意識的な指導を行っておられますか？

3-1 はい：1 3-2 いいえ：17

3-3 どちらとも言えない：0

コメント（ ）白紙1

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

設問4. 貴課は、設問3のように、相互に地元内外交流/コミュニティ交流できるような店等の場づくりに来年度(平成17年度)、予算計上されますか？

4-1 はい：1 4-2 いいえ：17

4-3 どちらとも言えない：0

コメント () 白紙1

設問5. 貴課は、グリーンツーリズム(ブルーツーリズム)について、農林水産課と連携されておりますか？

5-1 はい：2 5-2 いいえ：15

5-3 どちらとも言えない：1

コメント () 白紙1

設問6. 貴課は、グリーンツーリズムを含めて、「地産地消」に関連して、農林水産課や商工課等とのいずれか一つ、もしくは複数との間で、なんらかのプロジェクトを組まれたことが、かつてありましたか？

6-1 はい：2 6-2 いいえ：15

6-3 どちらとも言えない：1

コメント () 白紙1

設問7. 貴課は、設問6の主旨で、「地産地消」に関連する、農林水産課や商工課等との組織横断的ネットワーク・組織を編成されておりますか？

7-1 はい：7 7-2 いいえ：9

7-3 どちらとも言えない：1

コメント () 白紙2

結

環境自給都市建設、「制心巡・情知/個共/内外/家天/単複」に関わる九州の課題の一つは、エネルギー・食糧・労働力の供給先を、いかに、制度的に従来の関東・関西から九州内部に転換するか、特に食糧安保・環境保全の観点から、いかに食糧・水・木材の九州地域内循環を達成するか、という問題についての現状分析・解決策の提唱にある。

九州の自給とは九州の太陽と水を食べるこ

とである。われわれの視点は、非戦、安パン環、有機4 Co/MF/LCC、地産地消であった。課題：金・燃・人・水・木一文/技連静VC、3.策：Tool/Roleヒトモノカネシラセ：所有/経-Rule制度/政・法-文化/技判/福祉/エネ価corridor/加工食品であった。

九州の特徴(-SWOT)は、地：暖地南北熱温/自然：虫草多/台風/山二毛作、資：パン燃人水木自給、技：bio/鴨減EM/木/綾糞4.史：島山村/平/基督、外圧：国際(Asia)/福岡集中<都市・農村>老であった。

本調査研究は、この問題について、特に九州都市圏内の農山漁村の食糧・水・木材の自給及び自給運動、つまりグリーンプロシューマリズム(地球環境保全志向の市民・消費者による生産活動への参画運動)の実状と可能性を調査・分析し展望した。

本稿では、第1章で、このような問題意識と九州の資料について、総論を掲げ、第2章で、各都市の現状、統計分析などの各論を掲げた。

注

(1) 本研究プロジェクト課題名は、論文名と同様の「環境自給都市in九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動」である。期間は、2004年4月1日-2005年3月31日、研究プロジェクト構成者は、九州産業大学商学部教授の齋藤実男のみである。訪問先は、九州7県と沖縄・東京・長野県(キューバの自給を調査した吉田太郎氏が田中知事の政策ブレインとして東京都庁から移動したため)の県庁及び県庁所在地の市役所・NPO事務局・産直店舗・生産流通現場訪問。つまり、鹿児島市・宮崎市・長崎市・大分市・熊本市・佐賀市・福岡市・東京都庁などである。その他、山口県庁・市役所、広島県庁・市役所を訪問し、各都市デパートの農畜産物売場、JAや鹿児島市-西駅-朝市、福岡市東区博商通りの志賀島の野菜、西新-リヤカー部隊、北九州市、熊本市-商店街、佐賀市-野菜畑、各市の農業祭り、イベント会場などを訪問した。

訪問して、幅広く水・木・食べ物の都市内自給の調査とその有機・無公害の自給の可能性、都市計

画・都市行政について訪ねた。

研究プロジェクトの効果については、都市行政への提言：グローライゼーションの中での九州の自治体に対して、都市計画の中に食糧・水・木材の都市圏内自給が、組み込まれるべき必要と可能性を提唱・展望、市村民の安全安心・健康な衣食住文化生活を保障への試案を提唱しようというものであった。

趣旨・主張は、全ての都市計画が地球と地域の自然環境を配慮して行われ、その計画の中に食糧・水・木材の都市圏内自給が、組み込まれてこそ、市村民の安全安心・健康な衣食住文化生活を保障することができる、というものであった。

研究プロジェクトの教育及び研究への貢献度については、教育への貢献度：担当科目「マーケティング論・流通システム論・ゼミ」の授業における最新の事例紹介と斬新な問題提起、特に環境ビジネス起業家やNPO就職希望者への理論枠を教えることができ、教育貢献度は高い。つまり、流通システム論・マーケティング論において、自治体・企業・NPOが、循環型経済社会構築のための地域内循環を担い、それに寄与するマーケティング展開・流通システム構築を行っている実状やその今後の課題・必要性を、教える、という内容のものであった。これは、本稿を書き上げた後も続行する課題である。

研究への貢献度について、九州の県庁所在地の総合的な都市計画内にシステミックに位置付けられた実践的な地域内自給計画立案や地域内自給の各都市比較・現状分析を行うものであり、研究貢献度は、高い。今までの研究には、「地産地消」は、理想として提唱され、一部の例外として紹介されているだけで、本研究のように、実践的・総合的なABC（自治体・企業・消費者）のシステムの機能の可能性、役割分担を明確化したものはない、と訴えたものであった。

- (2) グリーンミーム（環境保全の体験的文化体質＝環境複製文化的遺伝子）、自給の課題を「キ」の括るところなる。危機意識・心一食育、機能（多面的）重視、帰農業、木を自給、気・機・飢餓対策一穀物・菜食へ、着物一有機繊維へ、器一セラミックまたはPETに、企一農業法人化、嬉一笑顔の集い、忌一冠婚葬祭は安いJAなどで、寄一奇進、季一季節感、祈一自然信仰、旗一コミュニティの旗、輝一ライトアップ、亀一紙一神、樹。
- (3) 県産県消の方針、九州農政局の施策：「九州米粉食品普及推進協議会（2004年3月設立）」（[Kyu・N-10] p.12）一その目的は、「①地産地消を基本

に県産米の使用、②県内の他産物も取り入れた郷土色豊かで新しいものを生み出す米粉食品の普及推進」にある。「第3回九州地産地消推進シンポジウム（2004年12月2日、於：熊本市）」（A, B, Cの300名参加）。

- (4) 阪神大震災（JAの志、NPO、非暴力、粘菌リーダー）とカトリーナ被災との相違。理想green meme（A-B-C）の海、GANDHI 自給＝独立運動、言行一致（糸車&塩の道）L-Vの最適ミックスの実現。
- (5) グリーンコープ2004年度〈2004年4月～2005年3月〉組合員数：34万1,492世帯〈九州29,2509人、中国+兵庫・大阪52,183人〉班：138,339世帯、個人93,403人、預かり10,793、P：61,296、残り店舗会員）。供給高：574億円＝共同購入：520億円＋店舗：54億円。
- (6) 有機農業に関する、九州の課題・問題点は、①害虫が多く繁殖し易い気候、②「産消提携」運動が関東・関西に較べて弱い、③無農薬化・無化学化について市民意識が低い、④福岡一局集中傾向があり（新幹線一ストロー効果で拍車、陸運高速交通体系整備でも拍車）、福岡市に有機農産物が集中し易い、などにある。①については、全国的に比較しても高温多湿であり、中国大陸からウンカ等の害虫が飛来しやすいので、減農薬しにくい。

有機農産物流通について、2000年有機農地（%）、（日本環境保全0.1%）、オーストリア10.4%、スイス8.3、フィンランド7.1、イタリア6.2、デンマーク6.0（2012に50%）、スウェーデン 5.5、EU平均2.8、ドイツ2.6（2010に20）、カナダ1.3、アメリカ0.2、アルゼンチン0.2（92年*70）、オーストラリア530万ha、イギリス40万ha（2年で8倍）ウガンダ：世界有機綿の10%：50万ha。

イギリスのテスコ（スーパー）700品目（2000年）cf.92年5品目、アメリカのジェネラル・ミルズ社99年カスケディアンファーム（CF）ブランドの取得、CFは種山ケ原と提携・数年に渡って前年比40%増、大手のダノン・ネスレ・マーズ・ユニリーバが有機食品製造、ドールさえ有機バナナをアメリカで販売（[地球環境財団「環境と健康の…」]）、イギリス：成長牽引有機（99年605百万£）アイスランド（第10位スーパー）冷凍全有機・但し80%が輸入有機*フランス：輸入急増（93年137万tから99年2,152万t）全販売60億フラン中45%スーパー（外数で有機専門スーパーが11%）輸出8%*ドイツ：農場拡大・大手スーパー参入・エコマーク*アメリカ：NOP（National Organic Program）2001年2月発効 *中国：日本市場へ*豪：3年で

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

- 1.7倍*タイ：センタに*ブラジル砂糖・コーヒー・大豆輸出*カナダ都市で需要拡大。NZ enza：規制緩和と軒先マーケティング，有機の専門店販売・畜産物のスーパー販売（ケによる割高感—Niche），NZは有機供給過多（有機輸出（ワッティフロズンとダイエー，伊藤忠），日本への輸出は価格エスカレーション（カボチャ）あり，加工食品・プロポリス等の個人輸入。
- 引用・参考文献・ビデオ・インターネット**
- [Abe・F-1] 安部文彦『生活者志向のマーケティング』白桃書房，1995年。
- [Abe・F-2] 安部文彦，岩永忠康編著『現代マーケティング論』ミネルヴァ書房，1998年。
- [Abe・K-1] 安部一成『安部一成論文選集4 [地域問題]』東洋図書出版，1987年。
- [Abe・S-1] 阿部真也「社会経済環境の変化とマーケティング概念の拡張」日本商業学会『流通研究』第1巻第2号，1998年9月。
- [Ada・I-1] 安達生恒『百姓をやりたい』三一書房，1994年。
- [Ada・K-1] 足立恭一郎『食農同源』コモンズ，2003年。
- [Akm・T-1] 明峰哲夫『都市の再生と農の力』学陽書房，1993年。
- [Aki・S-1] 秋谷重男/食品流通研究会編『卸売市場に未来はあるか』日本経済新聞社，1996
- [All・C-1] Allen Cliff (篠原稔和訳)『One To One Web Marketing』日経BP，1999年。
- [Am a-1] 天野慶之・高松修・多田田政弘編『有機農業の事典』三省堂，1985年。
- [Aok・S-1] 青木辰司会「「農」のある暮らしをつくろう」[Asa-16/Dec.2000 [朝]]
- [Aoy・H-1] 青山浩子『「農」が変える食ビジネス』日本経済新聞社，2004年。
- [Ari・S-1] 有吉佐和子『複合汚染』新潮社，1975年（朝日新聞掲載1974年～1975年）。
- [Asa・G-1] 朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度』PHP，2000年。
- [Asa・G-1] 朝日グラフ編『につぼんコミュニケーション』朝日新聞社，1979年。
- [Asa・S-1_{2005/10/13}(朝)]『朝日新聞』2005年10月13日[朝刊]（『朝日新聞』などの表記はこれに準じる）。
- [Bee・S-1t] Beeton Sue, *A Practical Guide for Rural Communities*, Manchester CSIRO Publishing, 1998（小林英俊訳『エコツーリズム教本』平凡社，2002年）。
- [Bir・J-1] Birchall Johnston, *Co-op: The People's Business*, Manchester University Press, 1994（中川雄一郎・杉本貴志訳『コープ：ピープルズ・ビジネス』大月書店，1997年）。
- [Cad・D-1] Cad bury Deborah, *The Feminization of Nature*, Penguin Books Ltd., 1997（古草秀子訳『メス化する自然』集英社，1998年）。
- [CCOF-1] California Certified Organic Farmers, California Certified Organic Farmers 1992 Certification Handbook, California Certified Organic Farmers, 1992.
- [Cod・W-1] Coddington W., *Environmental Marketing*, MacGraw-Hill, 1993.
- [Col・T-1o] Colborn Theo, Dumanoski Dianne & Myers John P., *Our Stolen Future*, Plum Book, 1997 (first 1996) ([Col・T-1 t] 長尾力訳『奪われし未来』翔泳社，1997年）。
- [Cor・B-1] Corson Ben and others, *Shopping for A Better World*, Council on Economic Priorities, 1990.
- [Cro・R-1] Crowder Robert, "IFOAM: Compromise becomes reality of organics movement?," [Soi・H-104/05/1996].
- <Eco・NE-1> エコマネー・ネットワーク事務局 <EcoMoney Network> wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html/2000年6月5日。[Car・R-1] Carson Rachel, *Silent Spring*, Hamish Hamilton (London), 1964.
- [Chf・S-1] 調布市生活文化部産業課「農業体験ファーム説明資料」1990年代。
- [Chug・S-1] 中国四国農政局『中国四国農業情勢報告』1997年。
- [Chug・S-1] 中国四国農政局「市民農園開設状況一覧表」1999年3月。
- [Chug・S-2] 中国四国農政局「ライブ農業」第21巻，1999年7月。
- [Deu・M-1] 出牛正芳『環境志向の製品計画』白桃書房，1992年。
- <Eco・NE-1> エコマネー・ネットワーク事務局 <EcoMoney Network> wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html/2000年6月5日。
- [Ega・N-1] 在開津典生『農業経済学』岩波書店，1997年。
- [Ega・S-1] 江上哲『なぜ日本企業は「消費者の満足」を得られないか』日本経済新聞社，1999年。
- [Egu・T-1] 江口傳『労務管理の理論と実際』中央経済社，1995年。

- [ErcU・U-1] Erckenbrecht Ulrich, *Das Geheimnis des Fetischismus : Grundmotive der Marxschen Erkenntniskritik*, Europäische Verlagsanstalt, 1976.
- [Fen・R-1] Fennel Rosemary, *The Common Agricultural Policy : Community and Change*, Oxford University Press, 1997 (ローズマリー・フェネル [荏開津典生監訳] 『EU共通農業政策の歴史と展望』農文協, 1999年).
- [Fen・R-2] Fennel Rosemary, *The Common Agricultural Policy of European Community : Its International and Administrative Organization*, xBlackwell Scientific Publications, 1987 (ローズマリー・フェネル [荏開津典生/拓殖徳雄訳] 『ECの共通農業政策 (第2版)』大明堂示, 1989年).
- [Fuk・T-1] 福岡都市科学研究所『福岡市民の食生活に関するアンケート(平成15年)』福岡都市科学研究所, 2003年.
- [Fuk・S-1] 福田晋編『東アジアにおけるフードシステムの交差』九州学術出版振興センター, 2004年.
- [Fuk・S-2] 福田晋「水田農業の多様な担い手と新たな市場対応」『2005年度九州農業経済学会大会報告資料—大分県—』九州農業経済学会, 2005年9月.
- [Fuk・M-1] 福士正博他『ヨーロッパの有機農業』家の光協会1992年.
- [Fum・K-1] 富民協会編『農業と経済』第67巻第4号, 富民協会, 2001年3月.
- [Fun・S-1] 船瀬俊介ほか『買ってはいけない』週刊金曜日, 1999年.
- [Fur・K-1] 古沢広祐『共生社会の論理』学陽書房, 1988年.
- [Fur・T-1] 古野隆雄『合鴨ばんざい』農文協, 1992年.
- [Fur・T-2] 古野隆雄『アイガモ水稲同時作』農文協, 1997年.
- [Fut・S-1] 二木季男『地産地消マーケティング』家の光協会, 2004年.
- [Gak・K-1] 学研『自然と環境の全資格ガイド』学研, 2000年.
- [Gid・A-1] Giddens Anthony, *The Third Way*, Polity Press, 1998 (佐和隆光訳『第三の道』日本経済新聞社, 1999年).
- [God・S-1] Godin Seth (阪本啓一訳)『パーミッションマーケティング』翔泳社, 1999年.
- [Gre・C-1] グリーンコンシューマー・ネットワーク『地球にやさしい買い物ガイド』講談社, 1994年.
- [Hai・J-1] Hailes J., Elkington J. and Makower J., *The Green Consumer*, Penguin Books, 1988.
- [Hai・J-2] Hailes J., Elkington J., Makower J. and Hill D., *Going Green*, Penguin Books, 1990.
- [Har・S-1] 原修吉「体験型市民農園のあり方について」『農政調査時報』第490号, 1997年7月.
- [Har・T-1] 原剛『日本の農業』岩波書店, 1994年.
- [Has・I-1] 橋本郁三『食べられる野生植物大事典』柏書房, 2003年.
- [Hat・T-1] 波多野豪『有機農業の経済学』日本経済評論社, 1998年.
- [Hat・S-1] 服部信司『WTO農業交渉2004』農林統計協会, 2004年.
- [Hay・Y-1] 林雄二郎『情報化社会』講談社新書, 1966年.
- [Heg-1o] Hegel G.W.F., *Phänomenologie des Geistes*, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1970.
- [Heg-11t] ヘーゲル・G (金子武蔵訳)『精神の現象学』(上), 岩波書店, 1971年, [Heg-12t] 同(下) 1979年.
- [Hen・K-1] Henion K. E., “Ecological Marketing” Aaker D. A. and Day G. S., *Consumerism*, 4th ed. The Free Press, 1982.
- [Hig・K-1] 樋口恵子『女性の〈食〉業おこし』農文協, 1995年.
- [Hig・R-1] 東廉『緑と人がふれあう市民農園』家の光協会, 1991年.
- [Hir・P-1] 広島県農と食のつながりMAP BOOK青年部編『こだわるとる農この人: いろんな人の生き方満載』広島県農と食のつながりMAP BOOK青年部, 2001年12月.
- [Hir・C-1] 広島市「広島市三田市民農園」1999年4月.
- [Hon・S-1] 本間慎ほか『これでわかる農業キーワード事典』合同出版, 1995年.
- [Hos・K-1] 星野克美『インターネット時代の「マーケティング戦略」』プレジデント社, 1996年.
- [Hos・K-2] 星野克美『消費の記号論』講談社新書, 1985年.
- [Ich・T-1] 市田知子『EU条件不利地域における農政展開』農文協, 2004年.
- [Ike・K-1] 池崎喜一郎「有機農産物の認証と海外を含めた今後の流通動向について」1999年8月5日.
- [Ima・ZV-1] 今岡善次郎監『実践! サプライチェーン経営』日経ビデオ, 1998年.
- [Ish・S-1] 石井慎二『すばらしき田舎暮らしの本』光文社, 1983年.
- [Ish・S-2] 石井慎二『田舎暮らしの本』(毎月3日発行) JICC.
- [Ish・TV-1] 石井威望『2000年の産業科学技術』1990

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

- 年代。
- [Iso・H-1] 磯田宏「新たな施策の評価と水田農業への影響」『2005年度九州農業経済学会大会報告資料一大分県一』九州農業経済学会，2005年9月。
- [Iso・A-1] 磯谷明德・海老塚明・植村博恭『社会経済システムの制度分析』名古屋大出版会，1998年。
- [Ito・S-1] 伊藤滋他編『地方の時代への模索』清文社，1980年。
- [Ito・S-1] 伊藤重行『システム ポリテクス』草書房，1987年。
- [Iwa・K-1] 岩井克人「差異化」『経済セミナー』日本評論社，1986年2月。
- [Iwa・K-2] 岩井克人『貨幣論』筑摩書房，1993年。
- [Iwa・T-1] 石見尚監『いま生活市民派からの提言』お茶の水書房，1988年。
- [JA・KC-1給食] JA熊本中央会営農農政部「学校給食における地域産品利活用促進に向けて」JA熊本中央会営農農政部，2003年10月。
- [Jetro-1] JETRO『ジェットロセンサー』第51巻第610号，JETRO，2001年9月。
- [Jet・S-1] JETRO「特集：改正JAS法で変わる有機食品市場」『JETRO SENSORジェットロセンサー』2001年9月。
- <Jet・N-1> JETRO《ドイツ・ルール地方にみる都市再生：国際建築展（IBA）による魅力的な地域づくり》JETRO，2002年（ビデオ&CDROM）。
- [JkA-1] (株)日本農林規格協会・有機食品検査指導要領検討委員会「有機農産物の生産工程管理者の認定業務マニュアル」（MAFによる関係団体への説明会〔於：文京シビック・センター〕資料）2000年6月29日。
- [Kad・R-1] 嘉田良平『農政の転換』有斐閣，1996年。
- [Kai・S-1] 甲斐論「東アジアへの日本産農産物輸出の課題」『東アジア農業の変容と農産物貿易の新展開：2005年度九州農業経済学会大会報告資料一大分県一』九州農業経済学会，2005年9月。
- [Kai・Y-1] 廻谷義治『生活の中の市民農園をめざして』
- [Kan・K-1] 神戸賀壽朗『低成長下の都市農業論』富民協会，1979年。
- [Kan・M-1] 神田三亀男『人間尊重農園』広島郷土選書編さん委員会，1979年。
- [Kat・T-1] 加藤敏春『エコマネー』日本経済評論社，1998年。
- <Kat・TE-1> 加藤敏春〈エコマネー〉<http://www.ecomoney.net/ecoHP/Katou2/sld003.html/2000年6月5日>。
- [Kat・F-1] 勝原文夫『農の美学』論創社，1979年。
- [Kat・F-2] 勝原文夫『村の美学』論創社，1986年。
- [Kei・K-1] 経済企画庁経済研究所『環境・経済統合勘定』1995年。
- [Kei・K-2] 経済企画庁経済研究所『あなたの家事の値段はおいくらですか？』大蔵省，1997年。
- [Kei・K-3] 経済企画庁経済研究所「持続可能な消費生活に向けて」1998年。
- [Kei・K-3] 経済企画庁経済研究所「介護と保育に関する生活時間の分析結果のポイント」1999年。
- <Kei・KE-1> 経済企画庁経済研究所〈無償労働の貨幣評価について〉http://www.epa.g_o.jp/j-j/doc/unpaid-j-j.html，1999年5月。
- [Kei・R-1] 経団連「経団連地球環境憲章」経団連，1991年4月23日（〔Kei・R-1e〕KEIDANR EN，KEIDANREN GLOBAL ENVIRONMENT CHARTER，April 23，1991）。
- [Kei・R-2] 経団連「経団連環境アピール」経団連，1996年7月16日（〔Kei・R-2e〕KEIDANREN，KEIDANREN APPEAL ON ENVIRONMENT，July 16，1996）。
- [Kei・R-3] 経団連地球環境グループ「企業による環境問題への取り組み状況に関するアンケート調査集計結果」1996年8月15日。
- [Ken・J-1] Kennedy John F.，“Consumers’ Protection and Interest Program,” Holloway R.J. and Hancock R.S. ed., *The Environment of Marketing Behaviour*, 2nd ed., 1969 (1st ed.1964).
- [Kit・K-1] 北九州市環境局『北九州市の環境』1999年。
- [Kit・K-2] 北九州市経済局農林部「北九州市内のファミリー農園設置状況」1999年。
- [Koh・N-1] 河野直哉『協同組合の時代』日本経済評論社，1994年。
- [Koh・N-2] 河野直哉『産消混合型協同組合』日本経済評論社，1998年。
- [Koh・N-3] 河野直哉『食・農・環境の経済学』七つ森書館，2005年。
- [Koh・N-4] 河野直哉「農業者による原発反対運動の展開と地域農業振興の足跡」『茨城大学地域総合研究所年報』第35号，2002年。
- [Koh・N-5] 河野直哉「原子力施設の立地と地域農業」『茨城大学政経学会雑誌』第72号，2002年3月。
- [Koh・N-6] 河野直哉「農協による都市農村交流活動の現段階」『社会学論集：茨城大学人文学部紀要』第36号，2002年3月。
- [Kan・S-1] Kanamaru Saburo, “The Present Allotment Gardens in Japan”, Aug. 1998

- [Kow・J-1] 小若順一『気をつけよう 輸入食品』学陽書房, 1988年。
- [Kow・J-2] 小若順一ほか編著『暮らしの安全白書』学陽書房, 1992年。
- [Kan・K-1] 環境管理システム研究会(福岡トーマツ内)『市町村の環境行政に関する調査』環境管理システム研究会, 1996年5月。
- [Kan・K-2] 環境管理システム(EMS)研究会『自治体におけるマネジメントシステムの対応動向:平成9年度ヒアリング調査(福岡県)』環境管理システム研究会, 1998年6月。
- [Kan・K-3] 環境管理システム(EMS)研究会『自治体におけるマネジメントシステムの対応動向:平成10年度ヒアリング調査(福岡県)』環境管理システム研究会, 1999年6月。
- [Kan・K-1] 環境管理システム研究会『市町村の環境行政に関する調査』環境管理システム研究会(事務局:トーマツ環境管理チーム), 2000年5月。
- [Kan・Ke-2] 環境・経済政策学会『アジアの環境問題』東洋経済新報社, 1998年。
- [Kat・T-1] 加藤敏春『エコマネー』日本経済評論社, 1998年。
- <Kat・TE-1> 加藤敏春 <エコマネー> <http://www.ecomoney.net/ecoHP/Katou2/sld003.html>/2000年6月5日。
- [Kaw・S-1] 川口進「地元の消費者を地元農業の応援団に!」『第20回エントロピー学会講演予稿集』2002年。
- [Kei・K-1] 経済企画庁経済研究所『あなたの家事的価値はおいくらですか?』大蔵省, 1997年。
- <Kei・KE-1> 経済企画庁経済研究所 <無償労働の貨幣評価について> <http://www.epa.go.jp/j-j/doc/unpaid-j-j.html>, 1999年5月。
- [Kei・R-1] 経団連「経団連地球環境憲章」経団連, 1991年4月23日([Kei・R-1e] KEIDANREN, KEIDANREN GLOBAL ENVIRONMENT CHARTER, April 23, 1991)。
- [Kei・R-2] 経団連「経団連環境アピール」経団連, 1996年7月16日([Kei・R-2e] KEIDANREN, KEIDANREN APPEAL ON ENVIRONMENT, July 16, 1996)。
- [Kei・R-3] 経団連地球環境グループ「企業による環境問題への取り組み状況に関するアンケート調査集計結果」1996年8月15日。
- [Ken・J-1] Kennedy John F., “Consumers’ Protection and Interest Program,” Holloway R.J. and Hancock R.S. ed., *The Environment of Marketing Behaviour*, 2nd ed., 1969 (1st ed.1964)。
- [Kit・T-1] 北原貞輔『人類絶滅からの脱出』頸草書房, 1992年。
- [Kun・T-1] 国狭武己「環境問題と生産企業について」九州産業大学『経営学論集』第7巻第4号, 1997年3月。
- [Kun・T-1] 国狭武己・齋藤實男「ISO14000s」九州産業大学『産業経営研究所報』第30号, 1998年3月。
- [Kun・T-2] 国狭武己・齋藤實男「ISO14000s」九州産業大学『産業経営研究所報』第31号, 1999年3月。
- [Kur・Y-1] 栗原幸夫・小倉利丸編『市民運動のためのインターネット』社会評論社, 1996年。
- [Kyu・K-2] 九州経済調査協会『分権社会と新しい主体』九州経済調査協会, 2000年。
- [Koh・N-1] 河野直哉『協同組合の時代』日本経済評論社, 1994年。
- [Koh・N-2] 河野直哉『産消混合型協同組合』日本経済評論社, 1998年。
- [Kok・C-1] 国民生活センター編(多辺田政弘/榎瀧俊子著)『日本の有機農業運動』日本経済評論社, 1981年。
- [Kok・C-2] 国民生活センター編(榎瀧俊子・久保田裕子著)『有機農産物流通の多様化に関する研究:デパート・スーパーにおける取扱いの実態と問題点』国民生活センター, 1989年。
- [Kok・C-3] 国民生活センター編(久保田裕子・浜谷喜美子著)『「食品の安全」とアメリカの消費者運動:農業「アラー」の残留問題をめぐって』国民生活センター, 1990年。
- [Kok・C-4] 国民生活センター編(榎瀧俊子・久保田裕子著)『専門流通事業体による有機農産物取扱いの実態』国民生活センター, 1990年。
- [Kok・C-5] 国民生活センター編(榎瀧俊子・久保田裕子著)『多様化する有機農産物の流通』学陽書房, 1992年。
- [Koy・T-1] 小山智士『21世紀を創る農業・農村』家の光協会, 1986年。
- [Kub・R-1] 窪田立士『産消提携をどう伸ばすか』家の光協会, 1989年。
- [Kub・T-1] 窪田武編『市民農園整備促進法の解説』地球社。
- [Kun・T-1] 国狭武己「環境問題と生産企業について」九州産業大学『経営学論集』第7巻第4号, 1997年3月。
- [Kur・Y-1] 栗原幸夫・小倉利丸編『市民運動のためのインターネット』社会評論社, 1996年。
- [Kow・J-1] 小若順一『気をつけよう 輸入食品』学

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

- 陽書房, 1988年。
- [Kow・J-2] 小若順一ほか編著『暮らしの安全白書』学陽書房, 1992年。
- [Kyu・K-1₀₂] 九州経済調査協会『循環型社会と新しい資本(九州経済白書)』九州経済調査協会, 2002年。
- [Kyu・K-1₀₄] 九州経済調査協会『フードアイランド九州(九州経済白書)』九州経済調査協会, 2004年。
- [Kyu・N-1] 九州農政局『九州農業白書』九州農政局, 2000年7月。
- [Kyu・N-1₀₀] 九州農政局『九州食料・農業・農村情勢報告(平成12年度)』九州農政局, 2001年。
- [Kyu・N-1₀₁] 九州農政局『平成13年度九州食料・農業・農村情勢報告』九州農政局, 2002年。
- [Kyu・N-1₀₄] 九州農政局『平成16年度九州食料・農業・農村情勢報告』九州農政局, 2005年。
- [Kyu・N-2] 九州農政局農政部農政課『九州における市民農園の普及推進に向けて』九州農政局農政部農政課, 2000年3月。
- [Kyu・N-3] 九州農政局農政部農政課『アグリ』223号, 九州農政局農政部農政課, 2000年6月。
- [Kyu・N-食] 九州農政局『食と農』九州農林統計協会, 2003年。
- [Lai・A-1₀] Laidlaw Alexander Fraser, *Co-operatives in the Year 2000* ([Lai・A-1_t] 日本協同組合学会訳編『西暦2000年における協同組合』日本経済評論社, 1989年)。
- [Luh・N-1] Luhmann Niklas, *Soziale Systeme*, Suhrkamp Verlag, 1984 (佐藤勉監訳『社会システム理論(上)』恒星社厚生閣, 1993年)。
- <LeE・TE-1> LETS <Frequently Asked Questions about LETSsystems> <http://www.gmlets.u-net.com/faq.html/2000年6月5日>。
- [MAF-1] 農水省「有機農産物の特定JAS規格(第19条の8に基づく細則)[案]」13/Sep/1999。
- [Mar・M-1] 丸山真人「循環型経済と地域通貨」『地域開発(特集=地域通貨による経済循環)』第411号, 1998年12月。
- [Mas・Y-1] 増原義剛編著『自治体・地域の環境戦略(1~7)』ぎょうせい, 1994年。
- [Mas・T-1] 榎渦俊子『企業社会と余暇』学陽書房, 1995年。
- [Mat・K-1] 松石勝彦編著『情報ネットワーク社会論』青木書店, 1994年。
- [Mat・Z-1] 松村善四郎, 中川雄一郎『協同組合の思想と理論』日本経済評論社, 1985年。
- [Mat・T-1] 松尾匡「地域「通貨」の二大目的間の矛盾と対策」『久留米大学産業経営』第40巻第4号, 2000年3月。
- <Mat・TE-1> 松尾匡<クリーンアップ筑後川><http://snk.catv.ktarn.or.jp/~yume/2000年6月5日>。
- [MacI・M-1] MacIver R.M, Community, Macmillan, 1924 (中久郎/松本通晴訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房, 1975年)。
- [MacI・M-2] MacIver R.M. & Page C. (1949), *Society*, Farner & Rinehart (若林敬子/武内清訳 [1973]「コミュニティと地域社会感情」松原治郎編『コミュニティ』現代のエスプリ68, 至文堂)。
- [Mat・J-1] 松原治郎『コミュニティの社会学』東大出版, 1978年。
- [Mat・Y-1] 松木洋一/永松美希編著『日本とEUの有機畜産』農文協, 2004年。
- [McC・E-1] McCarthy, E. Jerome, *Basic Marketing*, Richard D. Irwin, 1960。
- [Mead・D-1₀] Meadows Donella H, Meadows Dennis L, Randers Jorgen, *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*, Universe Books, 1972 ([Mea・D-1_t] 大来佐武郎監訳『成長の限界』ダイヤモンド社, 1972年)。
- [Mead・D-2] Meadows Donella H, Meadows Dennis L, Randers Jorgen, *Beyond the Limits: Global Collapse or A Sustainable Future*, Earthcan Publications, 1992。
- [Mel・M-1 t] Mellor M., Stirling J. (佐藤紘毅他訳)『ワーカーズ・コレクティブ』緑風出版, 1992年。
- [Mik・T-1] 三上富三郎代表: 環境主義マーケティング研究会編『環境主義マーケティング』日本能率協会, 1991年。
- [Miy・H-1] 三宅均「海外のオーガニック農産物の現状」日本貿易振興会(JETRO), 1998年7月。
- [Min・W-1] Mintu-Wimsatt Alma & Polonsky Michael J., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995。
- [Min・W-2] Mintu-Wimsatt Alma & Lozada Hector R. ed., *Green Marketing in a Unified Europe*, International Business Press, 1996。
- [Mis・Y-1] 御園喜博『農産物流通の新編成』日本経済評論社, 1988年。
- [Mis・Y-2] 御園喜博編著『地域農業の総合的再編』農林統計協会, 1989年。
- [Miy・T-1] 宮島喬『デュルケム社会学理論の研究』東大出版, 1977年。
- [Miy・T-2] 宮島喬『デュルケム理論と現代』東大出

- 版, 1987年。
- [Miy・H-1] 三宅均「海外のオーガニック農産物の現状」日本貿易振興会 (JETRO), 1998年7月。
- [Miyao・T-1] 宮尾尊弘『現代都市経済学 (第2版)』日本評論社, 1995年。
- [Miy・K-1] 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, 1989年。
- [Miyt・H-1] 宮田秀明『ダイオキシン』岩波新書, 1999年。
- [Miy・A-1] 宮脇昭『森はいのち』有斐閣, 1987年。
- [Miy・A-2] 宮脇昭『食のエコロジ』NHK出版, 1992年。
- [Miy・A-3] 宮脇昭『衣のエコロジ』NHK出版, 1993年。
- [Miy・A-4] 宮脇昭『森よ生き返れ』大日本図書, 1999年。
- [Miz・Y-1] 水野葉子「オーガニック認証検査について」第一東京青果『青果旬報』第1321号, 1998年8月21日。
- [Miw・M-1] 三輪昌男『都市農協』家の光協会, 1971年。
- [Mor・T-1] 森川辰夫『生活者の創る農とくらし』筑波書房, 1993年。
- [Mor・F-1] 森下二次也 監『現代日本の消費生活: 講座・現代日本の流通経済(5)』大月書店, 1984年。
- [Mor・I-1] 森田勇造『グリーンアドベンチャー』(社)青少年交友協会。
- [Mor・Y-1] 森友裕一『内発的発展の道』農文協, 1991年。
- [Mur・Y-1] 村井吉敬『エビと日本人』岩波新書, 1988年。
- [Mur・T-1] 村田武『世界貿易と農業政策』ミネルヴァ書房, 1996年(第4章「1992年共通農業政策(CAP)」)。
- [Mur・T-2] 村田武/三島徳三編『農政転換と価格・所得政策』筑波書房, 2000年。
- [Mur・T-3] 村田武『農政転換と価格・所得政策』筑波書房, 2000年。
- [Mur・T-4] 村田武「EU共通農業政策改革の直接補償支払: ドイツ・バーデン・ヴェルク州にみる」『九州大学農学部紀要』(美崎 追悼号) 第309号, (1997年8月現地調査)。
- [Mur・T-1] 室田武『エネルギーとエントロピーの経済学』東洋経済新報社, 1979年。
- [Nag・K-1] 長崎大学環境政策研究会編『環境政策と環境監査』長崎大学環境政策研究会, 1998年3月。
- [Nak・Y-1] 中川雄一郎『イギリス協同組合研究』日本経済評論社, 1984年。
- [Nakj・N-1] 中島紀一「有機農産物の基準・認証・表示法制化の動向と課題」『農業市場研究』第7巻第2号, 1999年3月。
- [Nakj・N-2] 中島紀一『食べものと農業はおカネだけでは測れない』コモンズ, 2004年。
- [Nak・H-1] 中村尚司『豊かなアジア, 貧しい日本』学陽書房, 1989年。
- [Nak・K-1] 中村耕三編・訳『欧米における有機農産物に関する基準』農林中金研究センター, 1987年。
- [Nak・K-2] 中村耕三『アメリカの有機農業』家の光協会, 1992年。
- [Nak・I-1] 中西一郎他「有機農業研究議員連盟設立趣意書」1987年2月。
- [Nak・I-2] 中西一郎『地球が危ない』新人物往来, 1989年。
- [Nak・M-1] 中尾訓生『資本主義社会の再生産と人権概念』晃洋書房, 1993年。
- [Nak・O-1] 中村修編著『農家のための産直読本』農文協, 1993年。
- [Nak・O-2] 中村修『なぜ経済学は自然を無限ととらえたか』日本経済評論社, 1995年。
- [Nan・Y-1] 南里義則/佐藤弘編著『「農」に吹く風』不知火書房, 2005年。
- [Nak・O-3] 中村修(2002-10)「地場給食が地域を変える」『世界』岩波書店, 2002年10月。
- [Nih・G-1] 日本国政府『官報(号外第9号)』大蔵省印刷局, 2000年1月20日。
- [Nih・N-1] 日本農業新聞社『日本農業新聞』各年月日(3/Jan/99は1999年1月3日発行)。
- [Nih・S-1] 日本消費者連盟『消費者リポート』各年月(98/2/7:1033は1998年2月7日発行, 第1033号)。
- [Nih・Y-1] 日本有機農業研究会編『土と健康』日本有機農業研究会(1971年9月号から毎月刊, たとえば[Nih・Y-1111]は『土と健康』No.111, [Nih・Y-1222]は『土と健康』No.222)。
[Nih・Y-2] 日本有機農業研究会編『消費者のための有機農業講座1, 2, 3』JICC, 1981~2年。
- [Nih・Y-2] 日本有機農業研究会編『「有機農業に関する基礎基準2000」とJAS認証制度をめぐる動き』日本有機農業研究会, 2000年(¥1,200-)。
- <Nih・Yhp-1> 日本有機農業研究会HP <<http://www.jca.apc.org/joaa>>
- <Nih・Ye-1> 日本有機農業研究会email <joaa@jca.apc.org>
- [Nij・C-1] 21世紀村づくり塾『グリーン・ツーリズム国際シンポジウム報告書』(助)21世紀村づくり塾,

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

- 2000年3月。
- [Nik・K-1] 日刊工業新聞社『日刊工業新聞』（[Nik・K-115/Oct/97] は1997年10月15日）。
- [Nik・K-2] 日刊工業新聞社「特集 動き始めた ISO14000シリーズ」『工場管理』第42巻第7号，日刊工業新聞社，1996年7月。
- [Nik・K-3] 日刊工業新聞社『地球環境'93』日刊工業新聞社，1992年。
- [Nik・B-1] 日経BP社『日経ビジネス』1997年11月24日。
- [Nik・B-1] 日経ビジネス編『環境に良い会社』日本経済新聞社，1991年。
- [Nik・E-1] 日経ビジネス編『日経エコロジー』日本経済新聞社，各年各号。
- [Nik・M-1] 日経メカニカル『アクセスガイド』日経BP社，1996年5月。
- [Nik・S-1] 『日経産業新聞』（例 [Nik・S-197/Nov/25] は，'97年11月25日）。
- [Nik・S-1] 日経サイエンス『日経サイエンス』日経サイエンス社，1993年11月。
- [Nis・J-1] 西川潤『世界経済入門（第2版）』岩波新書，1991年。
- [Nis・K-1] 西村克己『よくわかるプロジェクトマネジメント』日本実業出版社，2002年。
- [Nis・NS-1] 西日本新聞社広告局『九州データブック2005』西日本新聞社広告局，2004年。
- [Nog・Y-2] 野口悠紀雄『「超」勉強法』講談社，1995年。
- [Nis・H-1] 西岡一『食害：これでよいのか子供たちとその未来』合同出版，1984年。
- [Noh・B-1] 農文協『アジア型有機農業のすすめ』（『現代農業』増刊）農文協，1994年。
- [Noh・B-1] 農文協『インターネットで自然な暮らし』（『現代農業』増刊）農文協，1997年。[Noh・B-2] 農文協『定年帰農』（『現代農業』増刊）農文協，1998年。
- [Noh・B-3] 農文協『田園就職』（『現代農業』増刊）農文協，1998年。
- [Noh・B-4] 農文協『田園住宅』（『現代農業』増刊）農文協，1998年。
- [Noh・B-5] 農文協『帰農時代』（『現代農業』増刊）農文協，1999年。
- [Noh・B-6] 農文協『自給ルネッサンス』（『現代農業』増刊）農文協，1999年。
- [Noh・K-1] 農業研究会『都市と農村』大成出版，1980年。
- [Noh・C-1] 農林中金研究センター（鈴木博・河野直実践著）『農協と有機農業』農林中金研究センター，1988年。
- [Noh・G-1] 農林漁業体験協会（2001年4月～(財)都市農山漁村交流活性化機構）『全国体験民宿ガイド（H13年版）』農林漁業体験協会，2001年。
- [Noh・K-1] 農林水産大臣官房調査課編『食料需給表』農林統計協会，各年。
- [Nor・K-1] North Klaus, *Environmental business management*, International Labour Office, 1992.
- [Nor・S-1] 農林水産省『我が国の食料自給率』農林水産省，2003年。
- [Nor・SS-1₀₄] 農林水産省編『食料・農業・農村白書（平成16年度）』農林統計協会，2005年。
- <Nor・eS-1> HP農林水産省 <<http://www.maff.go.jp>>
- [Nos・N-1] 農林水産省構造改善局農政課市民農園制度研究会『改訂市民農園開設マニュアル』農政調査会，1999年。
- [Ohe・T-1] 大江正章『有機食品ビジネスと有機食品』『世界』岩波書店，1997年11月。
- [Ohh・T-1] 大橋照枝『環境マーケティング戦略』東洋経済新報社，1994年。
- [Ohh・T-2] 大橋照枝『静脈系社会の設計』有斐閣，2000年。
- [Ohi・H-1] 大平博四『有機農業の農園』健友館，1981年。
- [Ohi・H-2] 大平博四『実践有機農業読本』健友館，1988年。
- [Ohk・H-1] 大木英男編『エコロジカルマーケティング』ダイヤモンド社，1991年。
- [Ohn・K-1] 大野和興『農がなければ生きられない』社会評論社，1991年。
- [Ohs・S-1] 大嶋茂男『環境の世紀の経営学』家の光協会，1995年。
- [Ohs・S-2] 大嶋茂男『永続経済と協同組合』大月書店，1998年。
- [Ohu・T-1] 大内力他編『新食糧法と激変する米流通』家の光協会，1995年。
- [Oka・T-1] 岡村東洋光ほか編著『企業と社会の境界変容』ミネルヴァ書房，1999年。
- [Oka・N-1] 岡庭昇『飽食の予言』情報センター出版，1988年，(2)1989年(3)1990年。
- [Oku・M-1] 奥田道大他『都市化社会と人間』日本放送出版協会，1975年。
- [Ott・J-1] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing*, NTC Business Books, 1993.
- [Ott・J-2] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing : Opportunity for Innovation*, NTC Business Books, 1998.

- [Pea・K-1o] Peattie Ken, *Green Marketing*, Longman Group UK, 1992 ([Pea・K-1t] 三上富三郎監訳『体系グリーンマーケティング』同友館, 1993年).
- [Pea・K-2o] Peattie Ken, *Environmental Marketing Management*, Pitman Publishing, 1995.
- [Pol・K-1o] Polanyi Karl, *The Great Transformation*, Beacon Press, 1957 ([Pol・K-1t] 吉沢英成/野口建彦/長尾史郎/杉村芳美訳『大転換』東洋経済新報社, 1975年).
- [Pol・K-2o] Polanyi Karl, *Dahomey and the Slave Trade*, University of Washington Press, ([Pol・K-2t] 栗本慎一郎/端信行訳『経済と文明』サイマル出版, 1975年).
- [Pol・K-3o] Polanyi Karl (Pearson H.W. ed.), *The Livelihood of Man*, Academic Press, ([Pol・K-3t] 玉野井芳郎/栗本慎一郎訳『人間の経済 I・II』岩波書店, 1998年).
- [Pol・K-4] Polanyi Karl (玉野井芳郎/平野健一郎編訳)『経済の文明史』日本経済評論社, 1985年.
- [Pol・M-1o] Polonsky Michael Jay, Mintu-Wimsatt Alma ed., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [Reh・R-1o] Rehak Robert ed., *Environmental Marketing and Advertising Council*, Rodale Press ([Reh・R-1t] 楓セビル訳『環境広告60の作法』電通, 1996年).
- [Rei・H-1] Reichelt H., *Zur Logischen Struktur des Kapitalbegriffs bei Karl Marx : Politische Okonomie Geschichte und Kritik*, Europäische Verlaganstalt Frankfurt Europa Verlag Wien, 1970.
- [Ric・D-1] Ricard D., *On the Principles of Political Economy and Taxation : The Works and Correspondence of David Ricardo by Piero Sraffa*, Volume 1, Cambridge University Press, 1951.
- [Rob・J-1o] Robertson James, *Transforming Economic Life*, The Schumacher Society ([Rob・J-1t] 石見尚・森田邦彦『21世紀の経済システム展望』日本経済評論社, 1999年).
- [Rod・J-1t] Rodale J.I. (一楽照雄訳)『有機農法』農文協, 1974年.
- [Sai・J-1] 齋藤實男『グリーンマーケティング』同文館, 1993年.
- [Sai・J-2] 齋藤實男『グリーンマーケティングII』同文館, 1997年.
- [Sai・J-3] 齋藤實男『情報=人間=市場』晃洋書房, 1993年.
- [Sai・J-4] 齋藤實男『グリーンプロシューマリズム』同文館, 1999年.
- [Sai・J-5] 齋藤實男『グリーンマーケティングとグリーン流通』同文館, 2004年.
- [Sai・J-6] 齋藤實男『グリーン共創流通』同文館, 2005年.
- [Sai・J-7] 齋藤實男「『グリーン』の時代の協同組合とは:『グリーンプロシューマリズム』とネットワーク」『協同組合経営研究月報』No.538, 1998年7月.
- [Sai・J-8] 齋藤實男「EUの地域産業政策ノート」『九州産業大学商経論叢』第45巻第2号, 2004年12月.
- [Sat・N-1] 里地ネットワーク『里地』里地ネットワーク, 1999年6月.
- [Sau・F-1] Saussure Ferdinand ([ソシュール・F] 山内貴美夫訳)『言語学序説』草書房, 1971年.
- [Sat・M-1] 佐藤誠『阿蘇グリーンストック』石風社, 1993年.
- [Sat・H-1] 里見宏ほか『放射線照射と輸入食品』北斗出版, 1990年.
- [Sat・T-1] 佐藤富雄『市民が主役の有機農業』ダイヤモンド社, 1998年.
- [Sch・E-1o] Schumacher E.F., *Small is Beautiful - A Study of Economics as if People Mattered-*, Blond & Briggs Ltd., 1973 ([Sch・E-1t] 齋藤志郎訳『人間復興の経済』佑学社, 1976年).
- [Sco・R-1o] Scott R. A. and Marks N. E. ed., *Marketing and its Environment*, Wadsworth Publishing, 1969.
- [Sei・C-1] 生活クラブ神奈川『生き方を変える女たち』新泉社, 1981年.
- [Sen・S-1] 千相哲「EUにおける国境地域開発と観光」『九州産業大学商経論叢』第44巻第3号, 2004年1月.
- [Seo・T-1] 瀬尾健『原発事故…その時あなたは!』風媒社, 1995年.
- [Sey・J-1o] Seymour John and Giardet Herbert, *Far from Paradise*, British Broadcasting Corporation, 1986 ([Sey・J-1t] 加藤迪/大島淳子訳『遙かなる楽園』日本放送出版協会, 1988年).
- [Shi・T-1] 自然食通信編集部編『美味くて安心自然派の宿』自然食通信社, 2001年.
- [Shi・M-1] 嶋口充輝・石井淳蔵『現代マーケティング』有斐閣, 1987年.
- [Shi・M-2] 嶋口充輝『統合マーケティング』日本経済新聞社, 1992年.
- [Shi・M-3] 嶋口充輝『顧客満足型マーケティングの構図』有斐閣, 1994年.

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

- [Shi・MV-1] 嶋口充輝監《競争に勝つ》現代マーケティング・シリーズ1-3, 富士ゼロックス, 1988年。
- [Shi・MV-2] 嶋口充輝監《市場リーダーへの道》現代マーケティング・シリーズ2, 富士ゼロックス, 1989年。
- [Shi・K-1] 進化経済学会『進化経済学論集第9集』進化経済学会, 2005年3月。
- [Sho・S-1] 焦守田「北京市都市型近代的農業の理論と実践」『東アジア農業の変容と農産物貿易の展開：2005年度九州農業経済学会大会報告資料—大分県—』九州農業経済学会, 2005年9月。
- [Shu・K-1279] 週刊金曜日編「「買ってはいけない」現象」『週刊金曜日 (279)』, 1999年8月20日。
- [Shu・K-1313] 週刊金曜日編「徹底論争」『週刊金曜日 (313)』, 2000年4月28日。[Sho・S-1] 食糧の生産と消費を結ぶ研究会編『レポート：アメリカの遺伝子組み換え作物』, 1999年。
- [Sm i・A-1] Smith A., *An Inquiry into the Nature and Cause of the Wealth of Nations*, ed.Cannan E., The University of Chicago Press, 1976.
- [Sod・O-1] 祖田修『大地と人間』放送大学教育振興会, 1998年。
- [Soi・H-1] Soil & Health Association, *Soil & Health*, (bi-monthly), Soil & Health Association (ex.[Soi・H-104/05/1996] means published April/May 1996).
- [Son・K-1] 園田恭一『現代コミュニティ論』東大出版, 1978年。
- [Ste・R-1o] Steiner Rudolf, *Geisteswissenschaftliche Grundlagen zum Gedeihen der Landwirtschaft: Landwirtschaftlicher Kursus*, Rudolf Steiner-Nachlassverwaltung, 1963 ([Ste・R-1o] 新田義之監・市村温司訳『農業講座』人智出版, 1987年)。
- [Sud・H-1] 須田春海他編著『環境自治体の創造』学陽書房, 1992年。
- [Sud・O-1] 須藤修/後藤玲子『電子マネー』ちくま新書, 1998年。
- [Suz・H-1] 鈴木博『農協の准組合員問題』全国協同出版, 1983年。
- [Suz・H-2] 鈴木博「有機農産物流通における消費者集団の実態」九州産業大学『経営学論集』第3巻第4号, 1993年。
- [Suz・H-3] 鈴木博「岐路に立つ有機農業」『農業大論争』(別冊宝島145号) JICC, 1991年12月。
- [Suz・H-4] 鈴木博「日本における有機農業の発展・変化の軌跡」長崎県立大学国際文化経済研究所『調査と研究』第26巻第1号, 1995年3月。
- [Suz・H-5] 鈴木博「有機農業の現段階と課題」長崎県立大学国際文化経済研究所『調査と研究』第30巻第1号, 1999年3月。
- [Suz・N-1] 鈴木宣弘『食料の海外依存と環境負荷と循環農業』筑波書房, 2005年。
- [Suz・T-1] 鈴木武編『現代流通のダイナミズム』晃洋書房, 1997年。
- [Tab・M-1] 多辺田政弘「地域自給の基礎視角」『国民生活研究』第24巻第2号, 1984年9月。
- [Tab・M-2] 多辺田政弘『コモンズの経済学』学陽書房, 1990年。
- [Tag・R-1] 田上隆一『村のネットワークが農業を変える』日本経済新聞社, 1992年。
- [Tak・O-1] 高松修「輸入食料と収穫後農産物論争」『農業大論争』(別冊宝島145号) JICC, 1991年12月。
- [Tak・A-1] 滝沢昭義/甲斐論他編著『食料・農産物の流通と市場』筑波書房, 2003年。
- [Tam・K-1] たまごの会編『たまご革命』三一書房, 1979年。
- [Tam・Y-1] 玉野井芳郎他編『地域主義』学陽書房, 1978年。
- [Tam・Y-2] 玉野井芳郎他『地域の思想を求めて』日本経済評論社, 1981年。
- [Tan・H-1] 田中宏『EU加盟と移行の経済学』ミネルヴァ書房, 2005年。
- [Tan・T-1] 田中友義/久保広正『ヨーロッパ経済論』ミネルヴァ書房, 2004年。
- [Tan・H-1] 種田拓他『都市よ, さらば』麦秋社, 1995年。
- [Tan・K-1] 田内幸一『マーケティング』日経文庫, 1985年。
- [Tan・K-2] 田内幸一『市場創造のマーケティング』三嶺書房, 1983年。
- [Tan・K-1] 田内幸一「消費者概念の再検討とコンシューマリズム」『マーケティングと広告』1971年12月。
- [Ter・S-1] 寺西俊一『地球環境問題の政治経済学』東洋経済新報社, 1992年。
- [Tod・T-1] 戸田常一[著者代表]『地域政策の道標』ぎょうせい, 2002年。
- [Tof・A-1] Toffler Alvin, *The Third Wave*, William Morrow & Co., 1980 (徳山二郎監訳『第三の波』日本放送出版協会, 1980年)。
- [Tok・K-1] 東京都環境保全局『東京都環境白書』東京都環境保全局, 1998年。
- [Tok・N-1] 東京都農林水産部「市民農園の楽しい野菜の作り方」東京都農林水産部, 1990年代。
- [Tok・N-2] 東京都農林水産部「だれにでもできるじょうずな野菜づくり」東京都農林水産部, 1990年。

- 代。
- [Tok・N-3] 東京都農林水産部「東京都市民農園調査表」東京都農林水産部，1999年代。
- [Tok・NS-1] 東京都農林水産振興財団「東京都有機農業堆肥センター」東京都，1990年代。
- [N-1] 都市農村交流研究会編『都市と農村の交流』ぎょうせい，1985年。
- [Tsh・S-1] 津端修一他編著『市民農園』家の光協会，1987年。
- [Tsh・Y-1] 津野幸人『小農本論』農文協，1991年。
- [Tsu・G-1] 辻悟一『EUの地域政策』世界思想社，2003年。
- [Ued・T-1] 上田隆穂『マーケティング価格戦略』有斐閣，1999年。
- [Uet・K-1] 植田和弘『環境経済学』岩波書店，1996年。
- [Uem・S-1] 植村振作ほか『残留農薬データブック』三省堂，1992年。
- [Uen・S-1] 上野重義「わが国農業展開の課題」『エコノミクス』第4巻第3・4号，九州産業大学経済学会，2000年3月。
- [Ume・S-1] 梅沢昌太郎『農協のマーケティング戦略』日本能率協会，1984年。
- [Une・Y-1] 宇根豊『田んぼの忘れもの』葦書房，1996年。
- [Verts・L-1] Les Verts, *Reconstruire l'espoir ! En Vert et a gauche*, Editions de l'Aube, 2002 (フランス緑の党 [若森章孝/若森文子訳] 『緑の政策宣言』緑風出版，2004年)。
- [Wad・M-1] 和田充夫『小売企業の経営革新』誠文堂新光社，1989年。
- [Wad・M-2] 和田充夫『関係性マーケティングの構図』有斐閣，1998年。
- [Wak・Y-1] 涌井安太郎『わが心に生きる協同組合の思想家』家の光協会，1977年。
- [Wak・H-1] 涌田宏昭編著『経営情報科学総論：改訂版』中央経済社，1992年。
- 1] 山田國廣「ハイテク技術が地球環境をさらに汚染する」『地球環境読本』宝島社，1987年。
- [Was・J-1] Wasik J.F., *Green Marketing & Management: A Global Perspective*, Blackwell Business, 1996.
- [Wat・Z-1] 渡辺善次郎『都市と農村の間』論創社，1983年。
- [Wat・Z-2] 渡辺善次郎他編著『「農」のあるまちづくり』学陽書房，1989年。
- [Wat・Z-3] 渡辺善次郎他『東京に農地があつてなぜ悪い』学陽書房，1991年。
- [Wat・Z-4] 渡辺善次郎『近代日本都市近郊農業史』論創社，1991年。
- [Wat・R-1] 綿貫礼子『胎児からの黙示』世界書院，1986年。
- [Wat・R-2] 綿貫礼子『毒物ダイオキシン・技術と人間』1986年。
- [Whi・A-1] White Alison, "Pesticides in Food: NZ Worse than US" *Soil & Health*, Feb./March/1995.
- [Yam・K-1] 山田國廣『エコ・ラベルとグリーン・コンシューマリズム』藤原書店，1995年。
- [Yam・O-1] 山口県大島町「祝ガルテンヴィラ大島」1999年4月。
- [Yam・T-1] 山口隆男編『2004オーガニック電話帳』2003年。
- [Yam・H-1] 山本久義『ルーラル・マーケティング』同文館，1999年。
- [Yam・R-1] 山本良一『エコデザイン』ダイヤモンド社，1999年。
- [Yan・T-1] 勅矢野恒太記念会『日本国勢図絵』勅矢野恒太記念会，2005年。
- [Yan・T-2] 勅矢野恒太記念会『データでみる県勢』勅矢野恒太記念会，2004年。
- [Yan・Y-1] 矢野友三郎『世界ISOマネジメント』日科技連，1998年。
- [Yas・-1] 保田茂『生産者と消費者との提携の方法と意義』農林中金調査研究センター，1984年。
- [Yos・T-1] 吉田民人『主体性と所有構造の理論』東大出版，1991年。
- [Yos・H-1] 吉村弘『最適都市規模と市町村合併』東洋経済新報社，1999年。
- [Yos・H-2] 吉村弘「都道府県の人口規模と人口移動」広島大学地域経済研究センター『地域経済研究』第9号，1998年3月。
- [Yos・H-3] 吉村弘・戸田常一他『グリーン共創序説』同文館，2002年。
- [YosZ・H-1] 吉沢英成『貨幣と象徴』日本経済新聞社，1981年。
- [Yas・S-1] 保田茂『生産者と消費者との提携の方法と意義』農林中金調査研究センター，1984年。
- [Yos・K-1] 吉田喜一郎『地域社会農業：商品生産から食べ物づくりへ』家の光協会，1985年。
- [Yos・Tr-1] 吉田太郎『200万都市が有機野菜で自給できるわけ』築地書館，2002年。
- [Zen・N-2] 全国農業協同組合中央会編『むらの挑戦』家の光協会，1985年。
- [Zen・N-1] 全国農業協同組合中央会編『市民農園開設の手引き』農文協。

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

[Zen・NV-1] 全国農業協同組合中央会〈農業の担い手をどうするか〉農文協，1990年代。

[Zen・NV-2] 全国農業協同組合中央会〈取組もう！快適なわがむら・まちづくり〉農文協，1990年代。

「環境自給都市用語ABC」

本文の略語のフルネームと若干の解説をこの「用語ABC」でしておきたい。略語にも同表現異義語があり、また簡潔な表現ゆえに、誤解を生む危険性がある。したがって、略語の多様性を理解するためにも、ここに語呂合わせ用語「ABC」を記し、読者の皆さんのビジネスの一助にしたい。なお、本事典は、[Sai・J-5] = [齋藤實男『グリーンマーケティングとグリーン流通』同文館，2004年]の末尾「略語辞典ABC」と一部、重複している。

“ ” 「 」：すでに一般化している略語、もしくは筆者以外の作者の略語。

無記号(“ ” 「 」がないもの)：筆者のオリジナル、もしくは：すでに一般化している略語、もしくは筆者以外の作者の略語にオリジナルなものを追加したものである。

A

4A：Ace (Alternative/Amendment/Appropriate/Assessment：「消費」者側のグリーンコンシューマリズムの4Rの企業側へのマーケットイン〈齋藤〉)

安・パン・環 (アンパンカン：安全・パン〈食糧〉・環境問題：21Cの課題)

「安・知・選・主 (安全・知る・選択・主張〈ケネディの消費者の4つの権利〉)」

「安・環・民・専 (プロシューマリズムにおける安全・環境・民主主義・専門という、「消費」者—生産者間で、時にはトレードオフの関係になる問題)〈齋藤〉」

B

「バエシバシ〈エコデザイン5原則〉：場所・エコ収支・自然・万人・視覚化(「1.答えは場所に見いだせる，2.エコ収支に基づくデザイン，3.自然の仕組みに即したデザイン，4.誰も〈万人〉がデザイナー，5.自然を視覚化(ヴァンダーリン・シム〈山本良一紹介〉)」)

4B：Badのグレイマーケティング (Bargain/Breakdown/Bubble/Burry 〈齋藤〉)

バビブベボ (場美分便墓〈Birth/Beauty/Brand/Benefit/Border〉〈齋藤〉)

BDF(Bio Diesel Fuel)

BREE (Basic needs/Redress/Education for consumer/Environment for health〈CI [Consumers International：国際消費者機構]の8つの権利の内、ケネディの4つの権利への追加分)〉)

BE (Back End)

C

4Co (Community：Contents/Costing/Corridor/Communication 〈リレーションシップマーケティングやプロシューマリズムに適応した4Psの改変版：齋藤〉)

COPOLCO 〈ISOの消費者政策委員会〉

D

3Dから3Sへ (Dirty 〈Decoration/Diversification/Danger〉からSimplicity 〈Serene/Small/Safety〉へ [齋藤])

E

EEE (Ego/Eco-Balance 〈個人がエゴを追求することが、エコバランス、つまり個人にとってもエコノミーであり社会全体にもエコノミーであると同時に地球環境も保全し、大小の生態系を維持・復活できるエコバランスにつながり、それらエゴ+エコバランスが並立できるような社会制度的仕組みのこと [齋藤])〉)

E-S-P (Enterprise-States-People 〈企業—国家—消費者・市民 [齋藤]〉 ⇒ B-A-C)

F

3f (cage free/feed organically/additive free 〈畜産物有機の国際基準〉)

F-S：F-P (Fail Safe：Fool Proof〈人為的ミスや思違いによって起こるリスクの回避〉)

「フクコクトー：腹⇒告⇒頭 (空腹から食べ⇒美味しい物を舌で食べ⇒自分の健康を頭で考えて食べる〈アグネスチャン〉。)」

G

GC (Global Compact)

「技・経・社 (技術〈危険性〉・経済〈代替技術コストとの比較〉・社会〈民主主義〉〈藤田祐幸の巨大技術批判視点〉)」

「厳・連・当・遡 (厳格責任〈無過失責任〉・連帯責任〈the deepest pocket theory〉・当事者概念が広い〈潜在的当事者〉・遡及性〈法成立以前に遡及して施行〉)：スーパーファンド法」ギレンジョウ：技・連・静 (技術・連絡網・静脈流通，テネヴェ〈齋藤〉)

「50-5-5 (パン無し50日—水無し5日—空気無し5日のサバイバル制限)」

「玉-客-路-情 (製品—顧客—経路—情報)」

H

「必長包 L化/多近配再情 (必要・長持ち・包装減・LCA・化学減・多様性・近場・配分・再生品・情報開示〈グリーンコンシューマーネットワーク [GCN]の10原則〉)」

「7-3 (有色人種70人+白色30人，非キリスト教70人+

キリスト教30人)100人の村<原典メドウズ, 星川淳通信より>: 57 (アジア) 21 (ヨーロッパ) 14 (南北アメリカ) 8 (南北アメリカ)=100人, 男48:女52, 異性愛89:同性愛11, 6人(富の59%, ほとんどアメリカ国籍) 80人 (標準以下の居住環境) 70人 (非識字) 50人 (栄養失調) 1人 (瀕死状態) 1人 (いま生まれる) 1人 (大学被教育)]

「百姓百品 (農家の多品目作物生産と農家の前提的自給)」

I

IFOAM(International Federation of Organic Agriculture Movement <国際有機農業運動連盟>)

「環の一・環・計・実・点・経—ISO14001のPDCAの要求項目(カンのイッカンケイジツテンケイ: 4環境マネジメントシステム要求事項の4.1一般的要求事項, 4.2環境方針, 4.3計画, 4.4実施及び運用, 4.5点検及び是正処置, 4.6経営層による見直し)」

「5つの責任<CI>: CASES(Critical awareness/Action/Social responsibility/Ecological responsibility/Solidarity)」

J

JAS (Japanese Agricultural Standard <日本農林規格>)

「JAS有機→「モモクリ3年ニンジン2年テンカン1年」」「有機は, モモクリ等の果実は収穫前3年以上無農薬無化学肥料, 人参等の播種作物は播種前に農地が2年以上無農薬無化学肥料, 転換期間中は, 1年以上無農薬無化学肥料, 2001年4月完全施行<齋藤解説>」

時空社心経<齋藤>「ジクウシャシンケイ: 時間・空間・社会・心理・経済—の距離<流通という架橋が必要になる生産者—消費者間の懸隔>」

情・物・商・金<齋藤>「ジョウブツショウキン: 情報・物的・商的・金—流通機能<生産者—消費者間を架橋する機能>」

「ジミザジキキチ (自主・民主・財産共同管理・自発・教育・協同組合間協同・地域への貢献<ICA [国際協同組合同盟] の協同組合原則)>」

K

「カキクケコ (価格破壊・規制緩和・空洞化・景気停滞・国際化<牧野昇)>」

「カキクケコ: 過剰反応するな・気分転換・腐るな前向きに<小松万豊>・喧嘩せず・交渉せよ」

「キトリロコヒカブキ (基本・透明・倫理・労働安全衛生・雇用の平等性・人々への配慮・環境・文化・教育<フェアトレード原則)>」

5Ka(プラスチック): 価格安い・軽い・加工し易い・解体し易い・硬くなく壊れにくい

「快速便利<頼富>」

「強弱機脅—分析(SWOT: Strength/Weakness/Opportunity/Threaten) 分析」

国際標準化機構ISO2200/HACCP: (Hazard Analysis Critical Control Point: 「原材料→GMP [General Management Program: 衛生のインフラ管理] → HACCP」階層に基づくBio/Chemical/Physical (ばい菌・農薬・金属/ガラス類) 混入という危害を阻止するための「危害分析 (Hazard Analysis)/重点管理 (Critical Control Point)」システム) “GMP (General Management Program <HACCPの原材料に対するPP <Prerequisite Program>, PCBの基盤)>”

L

LOHAS (ローハス: Lifestyles Of Health And Sustainability)

M

MALT (モルツ: Money/Ability & Area/Life style & stage/Time & Timing<購買行動の生活基盤[齋藤]>) ニーズ側

MAC (Marketing-Administration-Consumerism <B-A-C: Business-Administration-Consumer の機能 [齋藤]>)

「メロチャ・オレタチ・ヒネ・ポマト (メロン+茶, オレンジ+カラタチ, ヒエ+稲, ポテト+トマト)」

「モモクリ3年ニンジン2年 (果実など多年生作物は, 収穫前に3年以上無農薬無化学肥料, 野菜・稲など, 単年生作物は, 種蒔き苗植付け前に2年以上無農薬無化学肥料, 転換期間中は, いずれもそれらが, 1年以上<JAS有機>)」

meme (mime+gene <「文化遺伝子」行動の模倣から複製される社会体質のこと [Dawkins R.]>)

「マゴワヤサシイっす: 豆・胡麻・若布・野菜・椎茸・芋・酢」

N

ニゴーサン<齋藤>: 2-5-3: トンチンパク の 2-5-3 (1995年内食用生鮮農産物・加工食品・外食の大凡の販売額の割合20%-50%-30% <1975年32%-46%-23%>)

日本の流通文化・サルガッシュクチャク (猿→合→縮→着)= 4 Mi+ミーム (meme): mime+gene (<文化遺伝子=体質) 行動の模倣から複製される社会体質のこと [Dawkins R.]>)

O

「オカアサンヤスメハハキトク (オムレツ・カレーライス・サンドイッチ・ヤキメシ/ヤキソバ・スパゲティ・ハンバーグ・ハムエッグ・ギョーザ・トースト・クリームスープ)<東京都内調査: 子供の好きな

環境自給都市 in 九州：水・食糧・木材の環境保全型自給運動

食べ物)」

「おかあさんだいすきママすてき (おから煮・蒲焼き・小豆ご飯・秋刀魚の塩焼き・出汁巻き玉子・芋・寿司・金平牛蒡・松茸ご飯・丸干し鰯・鋤焼き・天麩羅。切干し大根<宮本智恵子氏調査：子供の嫌いな食べ物, 1982年>)」

オスワシハアナバヨシ+刺絡(怒/睡眠/笑い/自然/ハタ/頭/ナオミ/バランス/良い人間/趣味 安保・福田の免疫向上ライフスタイル)

P

PCB (HACCP<ハセップ>)のGMP: Physical/Chemical/Biological <物理的/化学的/生物学的> Hazard)

PDA (Personal Digital Assistant)

PEACE (Physical needs/Emotional stimulate/Amenity/Calm End<人間的成長に伴うニーズの変化 [齋藤]>)

PIMA (Presence/Interaction/Multi sensory/Autonomy <広瀬通孝>)

R

4R (Rights: Refuse/Reuse/Reduce/Recycle (必長包L化) [グリーンコンシューマリズムの4R運動: ボイコット/反復再使用/削減/リサイクルの地球環境保護運動, 企業側はこのオータナティブを求める Refuse運動は穏やかではないのでそれを抹消し, 3R運動として環境報告書に紹介])

10R (4R <Rights: Refuse/Reuse/Reduce/Recycle>+6R <Repose/Register/Return/Rent/Recover/Respect>)

10R (4+6R)+3R(Report it, Review it, Rehash it <ハウレンソウ>)

Re-Li-Le <尊-聴-伝> (Respect the other's self-esteem, Listen to the other empathetically, Let the other know your ideas for a decision. <尊重-拝聴-伝達>)

S

SDCA (Standardization→Do→Check→Action <躍動的革命的な品質管理システム, P→D→C→A定着後のマニュアル等による定常的品質管理のデミングサイクル>)

S-N (Seeds-Needs)

さちこ (格差: 産業・地域・高齢化 <齋藤>)

産消提携 (Co-operation between Producers and Consumers): 生「産」者+「消」費者の交流・協力・提携。社会内分業の歪みを克服するために, 一般市場・ディーラーを介在させずに生産者と消費者が信頼の絆をもって, 双方の生活変革も目指しながら, 生産物を産直する新しいコミュニティー創造型の

運動形態。有機農業運動の農家と共同購入グループの提携から始まり, 加工食品流通などにも広がっている。

シナモリアコサセ <齋藤> (「収集・内容・目的・利用・安全・公開・参加・責任 <OECD個人情報保護 8 原則>」)

サシスセソ (猿/知らせ/スモール/世代未来: 生態系/相互依存: 相互連関の生態系 <齋藤>)

「謝・原・再・現・責—クライシスコミュニケーション 記者会見 (シャゲンサイゲンセキ: 謝罪表明・原因究明・再発防止策・現状説明・責任表明)」

「セガナクジキチ (生物社会秩序・外的社会秩序の規制・内的社会秩序の規制・空間的秩序の規制・時間的秩序の規制・機能的秩序の規制の法則・調和の法則 <「生物界 7 つの法則」ラインホルト・チュクセン> 宮脇 p.145 [踏まれてもしのべ道の草])」

「身土不二 (身体=土壌/大地)」

「シカハミチカド <齋藤> (健康 7 原則: 塩<天然塩> 家族団らん・発酵食品・水・血サラサラ・果実・運動)」

セッケンカイ (説得・検査・改善 <PDCAのリーダーシップ> -齋藤)

3Sp軸 (Span-Space-Species <時間軸—空間軸—種類軸 [齋藤]>) 3S(Standard/Subject/Single <会計基準・標準/支払主体/単年度会計 [齋藤]>) 環境会計問題

「スシイカウス <齋藤> (酢・食事・医者・環境・運動・睡眠 <健康 6 原則>)」

「総・生・表・体: 総合性・生命・表現・体験 <空海 [頼富]>」

3セイ (制⇔生⇔生 <A制度⇔B生産⇔C生活>)

T

Table to Stable ([齋藤] プロシューマリズム/Traceability)

Te⇔Ne⇔Ve⇔Re⇔Se: 技⇔連⇔静⇔規⇔感 (技術⇔連絡網⇔静脈⇔規制⇔感覚: Technique/Network/Vein/Regulation/Sense) の総合のこと。これによって, エネルギー・交通公害・ムダを削減 テネヴェ (Technology/Network/Vein <ギレンジョウ: 技・連・静: 技術・連絡網・静脈流通, グリーン流通のテネヴェ [齋藤]>)

トンチンバク2-5-3割 (全60兆円) パクー「トンチン」<外内中> (食生活スタイルの「与作」音頭:<外食> P子さんはパーキングしてバクつく, バクバクバク, バクバクバク, <内食> 良子さんは「料理する, トントントン <片野学>」トントントン, 悪子さんは「温める, チンチンチン <片野学>」チンチンチン。)

ツモリ違い10ヶ条(陽峰) キキチヨニ・メコジフム(教養-気位[高-低]・知識-欲望[深-浅]・人情-面皮[厚-薄]・根性-自我[強-弱]・分別-無駄[多-少], cf. 「高いつもりで低いのか教養……」

TWIST (Temptation/Want/Immitation<Image>/Speed/Trap<Try/recommend/apply/purchase> <齋藤>捻れ, 家庭で熟慮した長期的な理想の購買計画を捻れさせる市場での短期的欲求要因)

3T (高い・遠目・手作り) vs.3Y (安い・猶予・易しい) <齋藤>

Trust の3Tra <サントラ, 齋藤>+TAAC(Trust-Truth <信頼・適正真实性> の条件としてのTransparency <透明性>/Traceability <追跡可能性<原料資材の>/Training <従業員教育・訓練>+Time/Average/Another-Comparison <他の時空間・平均・競合他社 <トップランナー・ベンチマーク> との比較><齋藤:環境ディスクロージャー4原則>

U

ユデマチカシテ (広告変動7要因) ユビキタス・デジタル・マスメディア・中国・環境・少子高齢化・定年退職 [佐野寛, 並び替え <齋藤>]

V

VRIO フレームワーク (ヴリオ: Value/Rarity/Inimitability/Organization-framework <Barney J.>=RBV) [バーニーさん「ヴリオ下さい」<水割りを下さい…♪>]

V-R-L (Virtual-Real-Live <Product \ Place-Matrix : $V_1V_1+R_2R_2+L_3L_3$ 対角線>)

V⇒VV (peace spiral up <∧⇒∨ [from war to peace] 松永>)

W

4W (Wrongs: Want/Whiten/Wallow/Waste <グレイコンシューマリズムの4W→反省されて4Rに [齋藤]>)

WTO (World Trade Organization)

Y

「欲求5段階: 生・安・帰・承・実っちゃん <ショーアンキショージッチャン>: 生理・安全・社会帰属・社会承認・自己実現 (マズロー)」

「8つの権利 <CI>: B+安知選主+REE <Basic needs+安知選主+Redress/Education for consumers/Environment for consumers>」= <Kennedyの4つの権利 [安全・知る・選択・主張を聴いてもらう権利]+BREE [基本・賠償・消費者教育・環境権]>

3Y (安い・猶予 <慢性>・易しい <簡便>)

「有機JAS→「モモクリ3年ニンジン2年」」

福岡の市場の動向と特質

——福岡流通ビジネスの成功のために——

平野 英一

目次

1. 問題の所在と研究の目的
2. 既存の研究・調査・分析の問題点と今後解明すべき点
3. 福岡の市場をどのように捉えるか —福岡の市場の概念—
4. ポストモダン・アプローチによる接近
5. 福岡の市場の動向と特質
6. 福岡の店舗（小売業・飲食業）のネーミングに関する特徴
7. 福岡流通ビジネスの成功のために
8. 今後の研究課題と研究の展開の方向 —福岡の街づくりに関する諸問題と福岡の消費者研究の枠組みと次元—
9. 授業としての福岡流通ビジネス —「福岡流通ビジネス論」の開講状況と今後の課題

参考文献

添付資料 —2005年「福岡流通ビジネス論」講義ノート

1. 問題の所在と研究の目的

福岡の市場をどのように捉えるか、ということに関して多くの研究・調査・分析がこれまで試みられてきているが、根本的な部分の解明がなされているかという点、そうではないといえるだろう。福岡天神の集客力の減少や苦戦している小売業や企業が多いことから、福岡の市場というものの把握が充分であるとは言いきれないのではないだろうか。例えば、今何が流行し、福岡の人びとや市場が何を志向しているかはある程度把握できる。しかしながら、福岡の人びとが本当に何を求めているのか、福岡の市場の根本的な特質は何だろうか。そうした問いに、多くの研究者は明確に答えが出せるだろうか。また、マーケットはある程度の成功が見込める戦略の提示ができるだろうか。必ずしも、そうではないのではなかろうか。むしろ、そうした本質的な特徴といった部分に関して明快な答えを

導き出せることは少なく、この問いに関して消費者自らにしてもよりよく正確に回答できることは困難ではないだろうか。

本研究では、福岡流通ビジネスの成功のために、福岡の市場に焦点を当て、それを特質と動向という2つの観点で検討する。それによって、より福岡の市場がよりよく理解できると考えられるからである。福岡の市場を理解してこそ、福岡流通ビジネスの成功のための条件、方向性がみえてくると思われるのである。また、福岡の人びとが、消費者が自分自身をよりよくより深く理解していく上でも、本研究は有益と思われる。消費者としての自分の理解は、必ずしも本人自身が全てを把握しているというよりも、研究あるいは他者からの指摘によって、本人自身も認知しえなかった特徴が明らかになることはしばしばであるからである。

特に、福岡の市場の動向だけではなく特質を把握することに重点を置き、既存調査や研究の問題点を指摘する。そして、福岡の市場

の特質把握のためのポストモダン・アプローチの有効性とその方法等についてもまとめ、その方法を活用して導き出された福岡の市場の特質を示す。加えて、福岡の市場の特徴の一つを表していると思われる飲食店や商業施設のネーミングに関して考察を行う。さらに今後の福岡流通ビジネスの展開する上で、成功のための条件として何が必要かを述べ、今後の研究課題のいくつかを提示する。加えて、本研究助成プロジェクトを通じて開講された本学商学部商学科の「福岡流通ビジネス論」の講義の概要を紹介し、自己評価を述べる。以上が、本研究の全体の構成でもある。また添付資料として、2005年度商学部前期開講の「福岡流通ビジネス論」の講義ノート（ハンドアウト）を添付した。

2. 既存の研究・調査・分析の問題点と今後解明すべき点

福岡流通ビジネスをめぐる研究・調査・分析はこれまで盛んに行われてきた。それによって、多くの福岡流通ビジネスに関する諸問題の解決や各小売業や卸売業者を中心とする流通ビジネス業者の戦略的方向への示唆を与え大いなる貢献が行われてきたことは事実である。しかしながら、福岡流通ビジネスは小倉や天神における来街者が減少し、主要百貨店の業績が低迷する中で、消費者、福岡の人びとの本当の心理や特質の把握がなされているかどうか、もう一度洗い直してみる必要があるように思われる。例えば、新しい流行を取り入れた商品や店舗づくりを行い、出足は好調であったが3週間後には消費者からの支持を失いつつあり、6週間後にはその流行商品はほとんど売れなくなったという現象はしばしばみられる。また、百貨店においても店舗の改装やリニューアルを行った直後こそは好調であるが、ほんのしばらくすると消費者数が減少し、それに呼応して売上げ減少が続くという状況である。消費者の今の心理、

ニーズを読めないばかりではなく、ある程度把握できたとしても長続きしないという有様である。いったい何をどうすればよいのか、既存の方法の問題点はどこにあるのか今あらためて問われているのである。

天神の来街者数は容易にデータとして捉えられるが、何故減少してしまったのかを知るにはより深い分析が必要となる。天神への来街目的は一応調査によって確認できるのであるが、消費者の本当の本音がそこに反映されているのであろうか。福岡の消費者の本当の変わらない特質とは何であろうか。研究課題を深めようとするほど、質問紙調査では本当の真実を掴もうとすることが困難となるかもしれない。実証的な調査を精緻にすることを通じて、研究課題に対する確固とした回答を追究することも一つの方法であるが、より複雑で混沌としてどろどろと捕らえどころのない課題に対しては、どのように接近すればよいのだろうか。本研究は、そうした研究課題に対するアプローチの一つの提案でもありうる。

表面的で目に見えやすい事項、例えば流行やブームは追い求めやすいのであるが、多様化個性化が進行している福岡の消費者や市場の変わらない特質、誰もが共通して持つ傾向というものがあるのであろうか、あるとすればそれをどのように把握することができるのであろうか、そしてそれを福岡流通ビジネスの実践においてどのようにいかすことができるのであろうか。本研究では、こうした問題に対して焦点を当て、解明するべき点として位置づけたい。

3. 福岡の市場をどのように捉えるか —福岡の市場の概念—

市場とは、しばしば消費者、すなわち消費者市場のこととされることも多いが、厳密には市場には労働者市場も小売市場などもあり、それを規定することが必要といえる。しかし、

ここでは、消費者市場を基本的には意図しつつも、消費者としての福岡の人びとの動向や特質の基礎をなす部分を念頭に置いていることから、敢えて漠然と市場ということばを用いたい。さて、市場を捉える場合には、購買力や平均収入であるとか、性別であるとか、大きく分けて量や質といった観点で捉えることが可能である。このような捉え方は、科学的な研究では当然重視され、冒頭にもふれたように多くの研究・調査・分析では量や質に関する側面に関して果敢に取り組んで明らかにしようとしてきた。そして、一定の成果をもたらしてきた。しかし、一方でこうした質や量に関する側面は、変化していくものが多く、その時代時代の経済情勢、流行等によって左右され、一度たどり着いた結論やモデル、実践方途が一定の期間を過ぎると全く通用しない。それどころか、逆方向の結論へと向かうことすらある。福岡市場固有の事例ではないが、低価格戦略を中心に戦略を展開してきたユニクロやマクドナルドが、その路線を切り替えて高価格路線を打ち出しはじめたこともその例の一つといえる。

そこで、本研究で強調したいことは、変化する部分だけを捉えるのではなく、変化しない根本的で普遍的な特質を捉えるべきではないかということである。そして、これまでの研究では、結局のところ、変化している部分を捉えることが多く、根本的で普遍的な部分を捉えようとした、あるいは捉え切れた研究が少なかったのではないかということである。

本研究では、従来の量と質といった二つの軸で捉えるのではなく、変化している部分の動向と変化しない普遍的な部分の特質（本質）の二つの軸を主張したい。そして、福岡の市場の動向に関しては、これまで一定の研究成果をあげていることから、特質に関して主に焦点を当てていく。

4. ポストモダン・アプローチによる接近

ポストモダン・アプローチの背景と根拠

いわゆる科学的手法によってデータをとる方法はむろんその有効性がみられるが、度々以下の例のような問題点の指摘もなされる。例えば、一般的な質問紙調査や面接調査よりも居酒屋などの場で打ち解けた雰囲気の中で調査する方がかえって対象者の本音を引き出せる可能性が高い。また、対象者のバックグラウンド・全体像・本質・総合的な理解を得やすい。特に、本質や根本的な部分を捉えようとする、時間と手間がかかるが他の一般的な方法よりもこの手法の方が有効といえるだろう。別の例を挙げるならば、優れた作家や画家の作品には、ものごとの本質や根本を克明に捉えたり描写したりしているものも多く、それ故に多くの人びとの共鳴を誘い、支持され理解を得られているのである。こうした側面を、福岡の市場の特質を捉えるアプローチに活かさないかと思える方法がポストモダン・アプローチの一つの方向である。

そこで、本研究で取り上げられているポストモダン・アプローチの方法は、以下のようなプロセスと特質から福岡の市場の特質を捉えようとしたものである。

- ・研究者の主観、感性をある程度重視する
- ・一研究者の観点から（執筆者自身の観点から）、福岡に居住をはじめて2、3年あまり経過し福岡の人びと、企業、小売業等を見つめてきて、そこからえられるものを意識的かつ無意識的に探ってきた（福岡に生まれ長くいるよりも、他地域から福岡に居住しはじめた方が福岡や福岡の市場の特質が気づきやすく、みえやすい）
- ・他地域の市場との比較を繰り返す行、特に東京や沖縄の市場との比較を行った（一度限りではなく、何度も何度も行ったり来たり、繰り返し比較を行うことでその特質が鮮明となる）

- ・研究者の観察と洞察、読み込みを繰り返し行っていくという手法
- ・根本的な特質とは、大人から子供まで、小さな組織から大きな組織まで、あらゆる人びと・対象が共有しているものといえ、それを探し求め続ける
- ・多くの事象から引き起こす根本やメカニズムを探り当てていく

以上のような、曖昧で体系的な手法とはいえないとの批判が指摘されそうであるが、要はものごとの本質や根本にたどり着くための一つの方法であり、全体論的なアプローチともいえる。優れた臨床医が、その患者のある病気の一側面だけをみて診断と治療の方向を示すのではなく、そしてその患者の過去の病歴だけではなくバックグラウンド、ライフスタイル、人間関係など様々な要因を把握し、現在顕在化している病気の根本の原因の探求や抜本的な治療やその患者にあった診療方法の提示などを行うとすれば、できる限りその患者と多くの時間を共有し、繰り返し診断と診療を行っていくことが必要となる。ポストモダン・アプローチとはそのことと類似している側面を持つ。

ポストモダン・アプローチのポイントと重要点

以下に、ポストモダン・アプローチのポイントと重要点をまとめておこう。これらに関しては、本来詳細な説明が必要であるが、そのためには大幅な誌面を要し、また福岡流通ビジネスに関する研究成果そのものを構成する内容の本質とはいえないだけに、重要点とポイントを総合的に解説するだけにとどめたい。

- (1) ポストモダン・アプローチのポイント
 - ① 考えることよりも感じること
 - ② サイエンスというよりもアート（芸術性）やリタレチャー（文学性）
 - ③ 客観よりも主観
 - ④ 論理よりも直観（あるいは直感）

- ⑤ 理論というよりも持論、自論（自説）
- ⑥ データというよりも観察、読み込み、洞察
- ⑦ 創造というよりも想像
- ⑧ 新しい知見というよりも過去の知見への新たな光の照射
- ⑨ 一つの答えというよりも複数の答え
- ⑩ 異質性を前提とするよりも同質性を前提とする

(2) 重要点

感性（センス）、市場を見る眼（観察眼）、洞察力

簡単に解説を述べると、ポストモダン・アプローチとは、福岡流通ビジネスやマーケティングに関する現象のよりよい理解、より深い理解、深層への肉薄のために、研究者やマーケターの主観や感受性にもとづいて解釈を行ったり、少数を対象とした深層面接を実施したりすることによって現象のメカニズムや背後関係、全体像、本質を捉えようとするアプローチのことである。そして、このアプローチは今日学術的なジャーナルにも掲載されていることから明らかなように、研究の一つの方法としても認知されているといえる。また、実はマーケティングの実践の場では、こうしたマーケターの直感や閃き、主観、感受性は従来から活用されてきたのである。しかし、一時科学的データによるアプローチがむしろ歓迎されてきた経緯もあるが、今に至ってはこうしたポストモダン・アプローチの有効性が学術的研究の側面からもあらためて認知されたといことであろう。いずれにしても、ポストモダン・アプローチの重要性はますます高まっている。

5. 福岡の市場の動向と特質

さて、このようにして明らかとなったのが、

福岡の市場の特質であるが、以下のようにとらえることができる。

市場という言葉は、典型的には消費者を意味するが、ここではそれだけではなく、市場の特質というのは消費者と企業（店舗・事業者等）とのインタラクションで形成されるという観点から、その双方を含んで市場を特徴づけた方がよいと考えられる。

福岡の市場の特質は、著者による観察と読み込みからは、以下のようにになると考えられる。

- (1) 市場の変化のスピードがきわめて速い
- (2) 市場が一つの方向へと進むエネルギーが強い

また、一般的に福岡の人びとは「国際性豊か」「熱しやすく冷めやすい」などといわれるが、これらのことと関連して市場としての福岡の消費者の特質は一つの方向へと向かうエネルギーが極めて強いということではないだろうか。福岡の天神や大名地区の店舗の移り変わりのスピードは相当に速い。店舗のライフサイクルが短く、次々とまた新たな店舗が出店するというコンビニエンスストアの店内に陳列される商品並みのスピードで入れ替えが行われるような様相である。

福岡の市場の特質は、独立系のカフェ・ブームの急速な普及の態様によくあらわれているように思われる。ほんの数年前までは、大手チェーン店の標準化されたサービス・メニューを提供するカフェが福岡天神の街に広がる傾向にあったが、今日カフェは個性化・多様化を競いあい、従来型の喫茶店や軽食店、レストランからカフェ店への転向も目立ってきている。こうした一つの流行やブームが起り、爆発的なスピードとエネルギーで普及していく傾向が強いのが福岡の市場の特徴である。しかし、また撤退のスピードが速いことも福岡の市場の特徴である。新たなブームや流行が起れば、それへと向かうエネルギーが生じるため、既存のものはそれにとって代わられることになる。

筆者は、日本の消費者の特質を以下のように示しているが、当然のことながらこれらのことも福岡の人びとに見いだせる傾向である。

- (1) 新しいもの好き
- (2) ブーム・流行好き
- (3) 限定好き

6. 福岡の店舗（小売業・飲食業）のネーミングに関する特徴

さて、続いて福岡の市場の特質として、福岡のエリアに定着しているとみられる現象に焦点を当てたい。福岡の市場の特質として、根本的で中心的に位置するものが福岡の消費者は人びとのものの考え方や習慣、文化であり、どちらかという目に見えないものであるとすると、福岡の市場の特質として目に見える表出された事項の一つが小売業や飲食業のネーミングに関する問題である。

店舗の名称に関しては、設定が比較的容易であり、価格や製品計画、流通、販売促進といったマーケティング変数の中では最もコントロールしやすいものといえる。また、名称そのものが、優れているかどうかは、その広がり（ブランド力）や店舗のその他の要素によって決定されるといえるために、比較的重視されなかった変数といえるだろう。一方で、商品や企業の名称に関しては、十分に時間と費用がかけられ、一連のマーケティング・リサーチ手続きを経て決定されることも多い。また、店舗と企業・商品との名称の違いは、店舗は、地域に即して展開されるためローカルな名称やローカルなマーケティング戦略が打ち出され、企業・商品は、よりナショナルなあるいはグローバルなマーケティング戦略が打ち出される傾向が高い。このことから、店舗の名称はよりローカルなものになりやすく地域の特性や文化を反映したものになる傾向がある。逆に、企業・商品は全国的ないしはグローバルなものになりやすいといえるだろう。

本章では、福岡の市場の特質が反映されている部分としてネーミングに注目し、福岡（市内）の飲食店や居酒屋と東京の池袋エリアのそれらとを比較する。

(1) 東京池袋エリアの飲食店・居酒屋の名称

① 東京（豊島区）の飲食店・居酒屋に関する特徴的なネーミング例

飲食店

- ・あねっちゃ
- ・かあちゃんち
- ・呑み処くい処日本海
- ・ばくだん焼き本舗池袋店
- ・女横綱

居酒屋

- ・アジト
- ・アルバトロス
- ・こけこっこ
- ・土間土間
- ・何駄感駄
- ・ぼんぼこ
- ・よかろうもん東池袋店
- ・わっしょい
- ・くっちゃい菜
- ・こりやうめえ

上記の名称が東京豊島区池袋エリアの特徴的なものであるが、次にみていく福岡の飲食店や居酒屋の名称と比べて数が相対的に少なく、名称のインパクトの程度についてもそれほど強くはないといえるだろう。

(2) 福岡市の飲食店・居酒屋に関する特徴的なネーミング例

- ① インパクトのあるネーミング…イキのいい奴、太っ腹、晴れたり曇ったり、どろんこ、空気、博多おーじゃん・おーじゃんじゃん、日本列島のおいしい物がある店、無我夢中、わきあいあい、和気愛愛 (▲)
- ② 反社会的・反マーケティング的なネーミング…ぶあいそ（無愛想を連想

させる）、大名やぶれかぶれ、わがまま屋、わがまま、親不孝通り（親富考通り）、とんちんかん、オバタリアン、ぶつきらぼう、ぶきっちょ、0点、ぼけ八、タコスケ、デメキン、うわの空、居酒屋ばか貝、堂々巡り、てんやわんや山崎鮮魚店、のぼせ門 (●)

- ③ 大きなネーミング…大統領ラーメン、横綱ラーメン、ナンバーワンラーメン (▲)
- ④ あ音（A音）の多用…博多よかよか、岩田屋、ソラリア (●)
- ⑤ 幼稚言葉系のネーミング…ばぶばぶ、たらふくまんま、ママまんま、まんまや (●)
- ⑥ だじゃれ系（博多弁とかけている）…めんくいてい、めんくいや、御百家うまか処 (▲)
- ⑦ 対話型・感嘆詞型（対話型ネーミング、店舗（の主人・従業員）と顧客との対話）…どんなもんじゃ、のまんですか、博多よかよか、あ・うん、あっぱれ、よっていかんね、よかろうもん、ひゃくえん居酒屋のまんですか？、ふーずばーきんしゃい、ぼちぼち、なかなか、どおーも、それゆけひでちゃん、それゆけ仲ちゃん、がんばらんば、居酒屋おつかれさん、居酒屋うまかもんち、居酒屋ちよっとだけ、居酒屋ちよっと一杯、ちよいといっぱい、ちよっとよろうか、気分上々、わらおうや（笑屋） (●)
- ⑧ 店名の一部に「福岡」を冠する店名はほとんどといっていいほどなく、必ず「博多」を使用する (●)
- ⑨ オーナーのフルネームが店名に？…香野正勝、吉井蔵夫、米倉浩三 (●)
- ⑩ ソフトバンクホークス（旧ダイエーホークス）にちなんだ名前…おやこだか（父子鷹）、鷹勝、鷹勝博多、鷹正 (●)

- は、東京豊島区・文京区の居酒屋・飲食店と比較してほとんどみられない福岡に特徴的な名称
- ▲は、東京豊島区・文京区の居酒屋・飲食店と比較して多少はみられるがやはり福岡で多用されている特徴的な名称

上記の例は居酒屋等を取り上げたものであるが、福岡の飲食業のネーミングは、特徴的なものが多いように思われる。何故そのようなネーミングが多いのであろうか。以下にその理由として考えられる事項を列挙したい。

- ①福岡の人びとの気質の一つに、「遊び好き」といわれるところがあるが、その遊び心を反映したネーミングが行われている
- ②「派手で見栄っ張り」といわれる博多っ子の気質を反映している
- ③福岡の市場の特質がそうであるように、一つの方向へと向かうエネルギーが強く、そうした性向が特徴的なネーミングが附される要因となっている
- ④博多の方言やことばに用いられる「あ音（A音）」を多用する傾向が反映されている

上記の説明は、一つの仮説として考えられ、今後それぞれの詳細な検討と検証が必要となるだろう。しかし、いずれにしても、福岡の飲食業を中心とするネーミングの妙に関しては、福岡流通ビジネスの研究の一つの核として考えられ、それを探ることは福岡を深く根底から捉えることにつながるといえるだろう。

さて、ネーミングに関する研究といえば、マーケティング研究分野での学術的な研究は必ずしも多くないが、シェリーとカマーゴ（1987）の研究において、日本の商品には英語のラベルが附されたものが多いが、多くのその商品の購入者はその英語の意味すら理解していない場合も多く、日本人の欧米文化へのある種の憧憬を反映していると解釈されている。このように商品や店舗の名称やネーミングに関しては、それなりの背景や根本的な部分が隠されている場合もあり、福岡流通ビジネスに関わる研究だけではなく多くの示唆

に富んだ研究成果へと結びつく可能性もある。昨今、日本のTVコマーシャルで、英語だけではなくフランス語や他の言語を使った場面が商品広告に使用されるケースがみられるが、これらは日本人の欧米への憧憬を反映しているとみてよいのではないだろうか。

7. 福岡流通ビジネスの成功のために

本研究では、消費者の特質と動向を踏まえることから、福岡流通ビジネスの成功のための条件を探っていく。福岡流通ビジネスの成否を握るのは、福岡の消費者といえ、その本質に迫っていくことは最も重要なことであろう。一つの方向へと向かうエネルギーが強いということが福岡の消費者の本質であるが、それが故にその動向は変化しやすいといえる。したがって、福岡流通ビジネスを成功させるためには、常に消費者が変わりやすく流行やブームに影響を受けるため、これらを流通ビジネス業者はそれぞれの事業展開にいかさなければならぬ。

福岡市の代表的な地域である天神や大名の店舗の栄枯盛衰の速さをみていると、新機軸の提案（something new）を打ち出し続けていくことと差別化（ポジショニング、商品、店舗）の方向が望まれるといえる。福岡でビジネス、マーケティングを展開していく上で何が重要か多数の論点があるが、ここでは二点に絞ってまとめたい。第一点は、常に新しいもの（店舗、商品、サービス、広告）を打ち出していくことである。どんなに優れた企業も、ビジネスモデルも、商品も常に新しさを付加していくことがなければ、顧客の間に飽きが生じたり、マンネリ化し魅力が薄れたりしてしまうものである。例えば定番のヒット商品でも、広告宣伝の方法を変える、商品の意味づけを新たに付け加えるなどのマーケティング手法が講じられなければならない。こうした常に新しいものを提案していくことが福岡の市場に限らず日本の市場においては

いかなる事業を展開しようとも必須の事項である。第二点は、差別化の徹底である。福岡の市場では、流行・ブームが生じると多くの企業や店舗が同様の方向へと進む傾向が高く、またそのエネルギーも強大である。しかしながら、ブーム・流行には必ず終焉があり、ビジネスの基本はやはり差別化された商品、店舗およびそれらのコンセプトが肝要となる。天神やその周辺の屋台のケースのように、ラーメンやおでんだけでなく、天ぷらや沖縄料理、イタリアンなどの他店との差別化がある種なされていることが必要である。福岡の屋台の展開の状況は、多くの小売店が見習ってよい存在かもしれない。他店にはない独自性が顧客から支持されれば一定の競争優位が確保される。

8. 今後の研究課題と研究の展開の方向 —福岡の街づくりに関する諸問題と福岡の消費者研究の枠組みと次元—

(1) 福岡の街づくりに関する諸問題

福岡の街づくりに関する議論は昨今高まりつつあるが、日本の都市や街の多くが都市計画を意図して考えられてこなかったように、このことは福岡でも同様に十分に検討されてこなかった問題といえる。福岡流通ビジネスにおいては、特に街づくりの問題は小売業に大きな影響を及ぼし、また小売業者と消費者とのコミュニケーションの舞台でもあるだけに、重要な問題といえる。福岡県においては福岡の天神・博多と、北九州・小倉地域の2つの大きな商業地区があるが、後者は数年前から人口減少とともに集客力と小売業の業績の低下が指摘され、前者もこの一、二年、来街者数の減少傾向が続いているといわれている。これらのネガティブな趨勢は、むしろ競合他社の台頭が影響しているとはいえ、子供から年輩のものまでの万人にとって、快適には買い物がしづらいという傾向が指摘されている。単に商品を購入するだけではなく、飲

食を楽しみ、ゆっくりと散策したり、休憩をとったり、街にいることの楽しさを実感できることが求められているのである。小売業は、商品やサービスを消費者に販売することが目的であり、それが果たすべき主たる社会的役割となるが、街づくりは居心地や快適性や楽しさが演出された消費者にとってのある種の舞台でなければならないのである。このことから、小売業と街は密接に関わりを持っており、単に一商店街だけで街づくりを考えるのではなく、一体的で長期的に視野に立った本当の街づくりが今日求められているのである。

ヨーロッパ諸国の都市の中には長期的な視点にもとづいて都市計画を行ってきたところも少なくなく、その思想やそれがどのように人びとの暮らしに役だっているかなどの現状から多くのことを学ぶことができる。しかし、日本のように人口密度が高く、特に都市人口に極度に集中している国家では、都市部での本格的な都市計画と街づくりの重要性が一層高いのではないだろうか。スウェーデンにおける首都ストックホルムは近代的な都市計画の理論にのっとなって14世紀から街づくりが行われてきたといわれるが、その街の歩きやすさや心地よさは、今日の人びとにも恩恵をもたらす財産といえるのである。また、フランス、パリの街づくりに関しても、その形成のプロセスはともかく、今日に生きる人びとは買い物だけではなく、歩きやすくそして暮らしやすい街から多くの恩恵を受けているといえる。

日本では、どちらかといえば、街づくりに関しては商業主義的に行われてきたともいえる。特に、行政だけではなく当該商業地区での有力な小売業や企業がその役割を果たしてきた面もあり、個別の小売業の意向が反映されやすく、一体的長期的な展望に基づく街づくりがうまく行われてきたとは言い難い。一体的長期的な街づくりは、消費者だけではなく来街者・地域住民にも受け入れられること

となり、各小売業だけではなく街全体の長期的な存続（あるいは成長）をもたらすものと考えられる。このように、小売業と街づくりとの関係は密接であり、福岡流通ビジネスの発展のためにいかなる街づくりが必要かを考える必要性があり、これらはいち早く着手すべき研究課題といえるだろう。

(2) 多次元レベルで考究する消費者研究の枠組みと対応する授業科目

さて、本研究を関連する研究分野へと展開させる上で、消費者のレベルという問題があるように思われる。それは、消費者を様々な次元で捉えそれぞれの次元でその特質と共通性を明らかにするという研究の方向である。

福岡の消費者を基軸に据え、その消費者を様々な段階で捉えたと、ミクロとマクロといった方向を示すことができるだろう。このミクロ及びマクロといった観点は、地理的空間的な軸ともいえるが、その段階に応じて特質が明確になれば、様々な示唆を導くことができるであろう。

福岡の消費者の特質と動向を軸に、ミクロな次元は、福岡市内・都市生活者の特質と動向、そして福岡の大学生の特質と動向、そして本学九州産業大学の学生の特質と動向、さらに九州産業大学商学部の学生の特質と動向というように細かな対象へと置くことができる。その中で、例えば九州産業大学の学生全体の動向と特質が明らかになれば、諸々の大学の諸戦略の構築と展開、そして改善や調整といったことに有益となる。特に、変わらない普遍的な特質を明らかにすることは基本的な戦略の構築と展開に役立ち、昨今の動向を把握すれば戦略の改善や調整に役立つこととなる。

また、福岡の消費者の特質と動向を基軸に、もっとマクロに消費者を捉えたとするならば、九州の消費者の特質と動向、日本の消費者の特質と動向は、そして東アジア、アジア、さらに世界の消費者の特質と動向といった形で

地理的なエリアを広げることができる。むしろ、世界の消費者の特質と動向といった場合、そのような研究上の切り口が果たして、消費者研究上の意味がありうるのかといった疑問も出てくるかもしれないが、全人類を対象とした研究は人間としての消費者の特質と動向を探るという性質を有するために、消費というよりも生理学や健康学など幅広い分野をまたがることとなり、また消費をともなって人生を送る人類が共通に豊かで幸福な人生を送るために何が必要なのかなどの研究テーマも設定できることとなる。むしろそうした分野へのチャレンジがむしろ消費者研究という分野の進展と一層の人びとへの貢献をもたらす可能性がある。

このように考えると、それぞれの次元で消費者の特質と動向を詳細に研究していくことは大きな意義があるといえるだろう。

さて、こうした消費者の特質と動向を様々な次元で捉えるという枠組みは、大学におけるあらたな講義の創設や大学及びその学部の独自性を打ち出すことにつながると思われる。例えば、本研究の成果から生み出された「福岡流通ビジネス論」は、福岡の消費者の特質と動向を基礎に構築されているのであるが、本学九州産業大学の学生としての消費者の特質と動向が明らかにできれば、それをベースに例えば「九産大論（九州産業大学論）」などの大学の独自性を打ち出した講義を考案することが可能といえるだろう。

また、逆にマクロに日本の消費者の特質と動向を研究によって明らかにすることができれば、「日本人消費者論」などの講義内容の構築が可能となろう。このように、あらたな次元で消費者の特質と動向が明らかとなれば、あらたな知見を積み上げることになり新講義の構築や教育機関のマーケティング実践も可能となる。

本研究は、上記のように結論というよりもこれから様々な研究を志向する出発点としての位置づけが可能である。当面は、消費者と

しての大学生の特質と動向の把握に努めたいと考えているが、今後も様々な次元の消費者の特質と動向を明らかとすべく研究を進めていきたい。

9. 授業としての福岡流通ビジネス —「福岡流通ビジネス論」の開講状況と今後の課題—

平成15年度及び平成16年度の九州産業大学産業経営研究所の研究助成を受け、そこでの研究成果を基礎に平成17年度から「福岡流通ビジネス論」なる商学部商学科の講義が誕生した。ここでは、その講義内容の概略と実施状況について触れておきたい。講義はほとんどが商学部商学科の学生で140名あまりが受講した。先ほどの名称に関する検討ではないが、「福岡流通ビジネス論」という名称は、その内容が十分にイメージされやすいかどうかは別として、どこことなくインパクトがあり、どこことなく語感上こちよく発音できるものではないかと筆者は考えている。商学やマーケティングといった観点から、商学部学生が地元福岡の流通に関わるビジネスに関して深い理解と関心と基本的な知見をもってもらうことがその狙いであるが、本稿の筆者でもあるその担当者の問題もあつてか、その自己評価は70点程度といったところであろうか。福岡への理解を深めようとする受講者達に、福岡出身者ではない筆者が十分にまだ福岡を理解していないところが反省材料の一つといえる。例えば、福岡や博多といった名称の使い分けを、どのように分けするのかといった点に関して理解をするために、博多という名称を冠する商品や対象、福岡という名称を冠する商品や対象を受講者達に列挙してもらうよう質問したところ、ある受講者が「博多ぶらぶら」というお菓子の名前を挙げてくれたが、筆者がその菓子の名前を認知していなかったがために、「博多ぶらぶら」とは博多を単にブラブラと歩き回ることかと勘違いをすることもあった。それだけに筆者が福岡や

博多に関する知識や経験、情報がまだ少ないことを認識し、研究として福岡、博多への理解を深め、見聞を広め経験を積むことがもっと必要であることを痛感した次第である。このことは、講義を担当しているの失敗談の一例であり、他にもまだこの手の失敗がある。一方で、本講義の開講が、福岡出身者が多数を占める本学学生の受講者達の期待や関心、そしてニーズにある程度合致していたといえるとは考えている。当該講義の受講者により評価、あるいは評判といったものは、次年度の受講者の人数である程度把握できるが、平成18年度にも同講義科目を開講する予定であるので、その際に受講者達のおおよその評価が判明するだろう。

参考文献

- ・安藤貞之『ネーミングは招き猫』ダヴィッド社、1988年。
- ・石井淳蔵『ブランド 一価値の創造—』岩波出版、1999年。
- ・伊吹 卓『パッケージで売れる 一売れるパッケージ商品を創るための知識・常識—』日報出版、2003年。
- ・岩中祥史『出身県でわかる人の性格 一県民性の研究—』草思社、2003年。
- ・岩中祥史『博多学』新潮社、2003年。
- ・江頭 光『博多ことわざ散歩』葦書房、1997年。
- ・小川孔輔『ブランド戦略の実際』日本経済新聞社、1994年。
- ・財団法人矢野恒太記念会編『データでみる県勢 2005年版』財団法人矢野恒太記念会、2004年。
- ・Sherry, J. F., Jr. & Camargo, E. G. 1987, "May your life be marvelous": English language labeling and the semiotics of Japanese promotion. *Journal of Consumer Research*, 14(September), pp.174-188.
- ・杉本徹男編『消費者理解のための心理学』福村出版、1997年。
- ・『タウンページ職業別2004/12~2005/11 福岡地区西部版』NTT西日本。
- ・高橋久雄『博多弁雑考』文献出版、1986年3月。
- ・『デイリータウンページ'05職業別 豊島・文京区版』NTT東日本。
- ・西日本新聞広告局企画推進部マーケティング

福岡の市場の動向と特質

- ループ編『九州データ・ブック2005 ―エリアマーケティングのために―』西日本新聞社広告局，2004年。
- ・西日本新聞広告局企画推進部マーケティンググループ編『九州データ・ブック2006 ―エリアマーケティングのために―』西日本新聞社広告局，2005年。
 - ・ハイパープレス『『県民性』 やっぱり！大事典』青春出版社，2000年。
 - ・平野英一，「福岡の市場の動向と特質 ～福岡の市場をどう読むか～」(九州マーケティング協会編，九州マーケティング・アイズ，2005年春(4月号)，vol.33，pp.18-19)
 - ・平野英一，「福岡流通ビジネスの現在・課題・未来について ―福岡流通ビジネス論の体系と枠組みを目指して―」(九州産業大学産業経営研究所所報，2005年3月，pp.185-205)
 - ・平敷徹男・平野英一，日本の消費者と日本市場におけるマーケティング・サクセス(平成13年度～平成16年度日本学術振興会科学研究費補助金報告書(基盤研究(C)(2)研究成果報告書，課題番号13630126))
 - ・星野 匡『商品開発担当者のための新訂・ネーミング・マニュアル』日本ビジネスレポート，1993年
 - ・マギー『売れる名前！』K T C中央出版，2003年

添付資料

- ―2005年前期「福岡流通ビジネス論」講義ノートー
(次ページ以降に掲載している)

福岡流通ビジネス論 —イントロダクション, 福岡と商学との接点を考えよう— 講義ハンドアウト No.1

1. 「福岡流通ビジネス論」誕生の背景, 位置づけと意味づけ, ねらい

- (ア) 平成15年度からの商学部カリキュラム改革で, 時代のニーズに対応した, 地域の要請に合致した講義科目の創設が求められた
- (イ) 商学部授業の中での目玉科目, 戦略的科目であることを位置づけをねらう
- (ウ) 受験生 (一般入試や推薦入試) の間でも, 九州産業大学商学部商学科で受講してみたい授業科目としての話題性を持たせたい
- (エ) 他大学, 他学部との差別化を推進したい
- (オ) 地域密着の授業を展開 福岡県出身者が九産大生の圧倒的な比率を構成
- (カ) 地元福岡にこだわった商学部ならではの授業あってもよいのではないだろうか
→ 「福岡流通ビジネス論」の誕生

2. 一般論としての福岡流通ビジネス論

- (ア) 流通ビジネスとは何だろうか
 - ① 百貨店やブランド品の専門店などの小売業に関わるビジネス
 - ② 卸売業に関わるビジネス, 外国から商品を輸入し, 日本で販売する
- (イ) 福岡における流通ビジネスとは何か
 - ① 福岡という地域における流通ビジネス (地理的に限定した「福岡」の捉え方)
 - ② 福岡特有の流通ビジネスの本質 (福岡固有の流通ビジネスの現状と理論体系を研究し, 学習するという考え方)
- (ウ) 福岡流通ビジネスの概念と定義
 - ① 福岡という地域で, 商品・サービスの取引に関わっているすべての事業者が流通ビジネス業者といえるが, その意味では福岡でビジネスを行っている業者すべてとその事業展開すべてが福岡流通ビジネスの対象となる
 - ② 本講義では, 受講者・消費者にとって身近な小売業等を中心とした福岡流通ビジネスに焦点をあてる

3. 授業としての福岡流通ビジネス論

- (ア) 生まれたばかりの授業
- (イ) 十分に認知された授業ではないが, 1つの授業としてのブランドを確立することを目指す
- (ウ) 履修ガイドには一応の講義予定が書いてあるが, 状況によって変更する場合が大いにありえる

4. 福岡のイメージ, 流通ビジネスの現況

- (ア) 福岡の街の多面性 —多様な顔を持つ福岡—
 - ① 都市としての福岡…天神, 大名, 博多
 - ② ビジネスの街としての福岡…博多及び天神

福岡の市場の動向と特質

(支店経済の街としての福岡)

- ③ 商業都市としての福岡…天神, 新天町, 西新商店街, 博多商人, 久留米商人, 姪浜商店街
 - ④ 工業地帯としての福岡…北九州工業都市, 鉄鋼の街
 - ⑤ 農業地帯としての福岡…糸島半島をはじめ, イチゴの生産が日本第二位, ブランドいちご「あまおう」の生産と香港・台湾等へ出荷
 - ⑥ 観光都市としての福岡…屋台, おいしいたべもの(うまかもん), キャナルシティが全国的に知られている
 - ⑦ 九州の最大の拠点としての福岡…九州最大の都市として, 交通ネットワーク, 九州の玄関口としての中心地
 - ⑧ ファッションの街としての福岡…天神の女性を中心に高いファッションセンス
 - ⑨ 歴史の街としての福岡…蒙古襲来, 日本の近代化の拠点, 炭鉱の街
 - ⑩ 物流拠点としての福岡…大型の九州全体のネットワーク拠点となる流通センターが配備されている
 - ⑪ 国際都市, アジアの中での福岡…アジア大陸にもっとも近接している日本の大都市, 韓国, 台湾, 中国へのアクセスにアドバンテージ, 有利なビジネス展開が可能
 - ⑫ 若年者のあこがれの街としての福岡…九州各地及び山口エリアからの若年者の来街
 - ⑬ 大学競争が激化する街としての福岡
 - ⑭ 豊かな自然に恵まれている福岡…英彦山, 背振山, 宝満山
 - ⑮ 祭り好きな街としての福岡…はかたどんたく, 博多祇園山笠, 放生会
 - ⑯ 漁業の街としての福岡
 - ⑰ 流行の街としての福岡
 - ⑱ おしゃれな街としての福岡
 - ⑲ カフェの街としての福岡
 - ⑳ ストリート・ミュージシャンが集う街としての福岡
- (イ) 流通ビジネスに関連する対象, イメージ
- ① 天神, 大名, 大型ショッピングセンター
 - ② 物流拠点, 箱崎ふ頭の主要企業の物流センター, 倉庫会社
 - ③ 工場, トヨタ自動車宮田工場, 日産自動車苅田町工場
 - ④ 九州最大の卸売業…ヤマエ久野
 - ⑤ スーパー間競争の激化
 1. 全国大手系vs.全国大手系(例ダイエーvs.西友, イオン(ジャスコ))
 2. 全国大手系vs.福岡地場系(例ダイエー, イオンvs.マルキョー, サンリブ, ハローデイ, 西鉄ストア, FCO・OP)
 - ⑥ 中心地对郊外型店の競争
 1. 天神コア, イムズ, マツヤ・レディース, ソラリア・プラザ/ステージ(中心地店)
 2. ダイアモンドシティ・ルクル, 香椎イオン・ショッピングセンター, マリノア・シティ(郊外店)
 - ⑦ 商店街
 1. 新天町, 川端商店街, 上川端商店, 西新商店街, 香椎商店街(セピア通り)
 2. 吉塚商店街, 箱崎商店街, 姪浜商店街

5. 講義の構成

- (ア) 授業の最初の前半 福岡に関する最新動向（トピック）を説明する場合がある
- (イ) 授業の後半 学問知識体系としての福岡流通ビジネス論の展開

6. 講義に関する注意事項

- (ア) 遅刻，途中退出は原則として禁止，トイレ等は申し出ること
- (イ) 出席は毎回とる
- (ウ) 飲食，私語は禁止（当然のこと！）
- (エ) 配付資料は原則として欠席者には配布しない
- (オ) 最後尾列は着席禁止

7. 成績評価に関して

成績評価 =

平常点（出席点＋感想＋レポート）100点 + 試験（論述中心）100点

8. 教科書

- (ア) 特に指定しないが，毎日読む新聞で福岡に関する話題，情報など多くのものが教材となる
- (イ) 天神や大名，商店街，商業施設，天神を歩く人びとなど福岡の流通ビジネスに関わるものの現場，現実，現状すべてが教科書といえる

9. 今後の課題

- (ア) 地震と福岡流通ビジネス，地震対策・防災・危機管理等総合的な対応が必要（福岡流通ビジネスは地震という試練にどう対応していくのか）
- (イ) 福岡の人びとがより豊かに楽しく暮らすにはどうしたらよいか，福岡の何をどう変えていけばよいか
- (ウ) 福岡という街は日本の中で，あるいはアジアの中で，世界の中でどのような役割を果たしていけばよいか

10. とにかく自分たちの街，福岡に関心を持とう ー福岡の街，道，橋，公園，川，山，海，湖ー

- (ア) 街……天神，西新商店街
- (イ) 道……昭和通り（日本の道100選），赤坂けやき通り（国道202号線，国体道路すぐ）
- (ウ) 橋……室見大橋，名島橋
- (エ) 公園…大濠公園，東平尾公園，西公園，貝塚交通公園，小戸公園
- (オ) 川……室見川，多々良川，那珂川，御笠川，樋井川，紫川，遠賀川
- (カ) 神社…太宰府天満宮，櫛田神社，箱崎宮，宗像大社，愛宕神社
- (キ) 海岸…百道浜，津屋崎

11. 履修ガイド

次ページ

福岡の市場の動向と特質

授業科目名 福岡流通ビジネス論(03)	単位 2	配当年次 3・4年次	クラス・コース	期 別 半期	担当者 平 野 英 一
講義概要 歴史的に商業都市であった福岡の街は、今日流通ビジネスの街へと変貌を遂げた。しかしながら、競争の激化と小売業の乱立や淘汰により今や福岡の流通ビジネスは岐路に立たされている。福岡流通ビジネスの現状を把握し、今後の福岡流通ビジネスの将来像を考察する。福岡流通ビジネス論の主たる対象は、福岡に本社や拠点を置く企業で小売業や卸売業、あるいは生産者として流通に関わるビジネスを行っている事業者であり、そうした事業者の事業と活動がその主な対象範囲となる。本講義は地元福岡にこだわった授業としてあらたな時代へのチャレンジを仕掛け、福岡を徹底的に極めるためのものでもある。					
講義計画					
回 数	テ ー マ		内 容		
第1回	福岡流通ビジネスとは何か、その捉え方		福岡流通ビジネスとは何か、一般的な捉え方、基本的知識等について考える		
第2回	福岡流通ビジネスの概念と意義		学問知識体系としての福岡流通ビジネス論を考え、その概念と意義を学ぶ		
第3回	データ、資料にみる福岡		データや資料を通じて福岡の姿を明確化し、福岡流通ビジネスを考える上でのバックグラウンドを把握する		
第4回	福岡の小売業 その1		福岡にある百貨店、大型店の事例を研究し、成功の要因、課題等を考察する		
第5回	福岡の小売業 その2		福岡にあるスーパー・コンビニエンスストア等の事例を研究し、競争状況、成功の要因、課題などを検討する		
第6回	福岡流通ビジネスと街づくり		街づくりのあり方及び商業施設の体系的構築について考え、そうしたことと福岡流通ビジネスとの関連を検討する		
第7回	福岡の消費者の特質		福岡の消費者の特質について、データや観察調査の結果から明らかにする		
第8回	福岡の飲食業		福岡を代表する飲食業の事例を研究し、成功の要因、課題などを考察する		
第9回	福岡の卸売業		福岡を代表する卸売企業の事例を研究し、成功の要因、課題などを考察する		
第10回	福岡の生産者		福岡を代表するメーカーの事例を研究し、成功の要因、課題などを考察する		
第11回	福岡の企業及び市場に関する動向と特質		福岡にある企業や福岡という市場には特有の動向と特質があると考えられる。これらについて分析検討を行う		
第12回	福岡流通ビジネスの将来像		福岡流通ビジネスの今後を予測し将来像をまとめる		
第13回	まとめと福岡流通ビジネスへの提案		講義のポイントを確認し、福岡流通ビジネス論に関する諸提案をまとめる		
評価方法・評価基準 出席点及び参加点、レポート、試験等にもとづいて総合的に評価を行う。					
受験上の注意 毎回必ず出席すること。受講態度、マナーに関しては徹底して教育指導を行う。特に私語や授業中の出入りは禁止する。また、上記の講義計画は学生の理解度をみながら進めることも重要であるため、若干の修正がありうる。本講義へ外部講師を招く場合もある。					
関連する科目 商学基礎論A・B、マーケティング論A・B、流通システム論A・B、流通政策論					
教科書					
指定図書			参考文献 『九州データ・ブック2005』西日本新聞社、2004年		

福岡流通ビジネス論
—福岡流通ビジネスの概念と定義，学問知識体系としての福岡流通ビジネス論—
講義ハンドアウト No. 2

1. 福岡流通ビジネスの概念，定義，対象範囲

(ア) 「福岡」の意味

- ① 「博多」ではなく「福岡」
- ② 福岡市なのか福岡県なのか
- ③ 地理的に福岡というエリアの中で展開される流通ビジネスなのか
- ④ 福岡発の流通ビジネス業者が展開する事業が福岡流通ビジネスなのか

(イ) 福岡流通ビジネスの概念

- ① 福岡という地域において，企画・生産・流通・販売という全ての取引（＝福岡流通ビジネスのプロセス）が完全に行われるということに限定して，福岡流通ビジネスを規定してしまうことは困難
- ② 福岡発企業あるいは福岡発福岡県内事業展開企業に限って福岡流通ビジネス業者に限定してしまうことも困難
- ③ 福岡発企業や福岡発福岡県内事業展開企業，そして福岡地域に限定して福岡流通ビジネスの概念を規定してしまうと，混沌として複雑で多様な側面を持つ福岡流通ビジネスの一部しか捉えきれなくて全体像を見失ってしまうことになるだろう
- ④ したがって，福岡流通ビジネスは，福岡というエリアを中心に福岡発企業や非福岡発企業も含めて多数の業者が様々な事業を展開しているという現状に即して福岡流通ビジネスの概念を規定した方が現実的で，実践的である

(ウ) 福岡流通ビジネスの定義（平野案）〈2005年〉

「福岡流通ビジネスとは，福岡発企業及び非福岡発企業も含めて福岡（県）というエリアで流通の取引の仕組みを活用することに関わるビジネスのことであり，このビジネスに関わるあらゆる流通ビジネス事業者及び消費者をも含んだ流通機能担当者全てを対象とする。」

- * 上記定義の特徴は，比較的広く福岡流通ビジネスを捉えている点と対象範囲を明確にしている点にある。また対象範囲を，消費者まで含めているところが特筆できる。消費者の存在が福岡流通ビジネスの展開の方向を規定する側面も大きいと考えているからとのことである。

(エ) 福岡流通ビジネスの対象範囲

(ウ)の福岡流通ビジネス論の定義で明記したように，福岡という地域で行われる流通ビジネスに関わる取引及びその取引をする事業者（流通機能担当者，流通ビジネス事業者）の全てが福岡流通ビジネスの対象範囲となる。しかし，福岡ブランド，福岡ファッションなどという福岡を意識した商品，サービスなどが福岡というエリアを一切介さずに他県で企画，生産，流通され販売される場合などもあり，この対象範囲についてはまだまだ検討する余地があるといえそうである。今後研究を進める中で突き詰めた。

2. 学問知識体系としての福岡流通ビジネス論

(ア) 学問知識体系としての「福岡流通ビジネス論」はまだ生まれただけで、今後成長と授業としてのブランドの確立が期待される

(イ) 誰のため、何のため？

① 誰のため

博多っこのため、九産大商学部学生のため、福岡で流通ビジネスを展開する全ての事業者のため、福岡のため

② 何のため（目的は）？

福岡をもっと詳しく知るために、福岡をもっと極めるために、福岡の魅力をもっと知ってもらうために（博多っこ及び全国の人びとに）、「福岡」という地域のブランドを築き上げ高めるために

(ウ) 「福岡流通ビジネス論」が学問知識体系として認知されるための条件

① 概念と定義の規定

② 枠組みと内容の明確化

③ 目的、役割の明示

④ 研究分野の規定

などが明らか示され、なおかつ福岡県内外で広く認知されていることが必要である。このため、まだ十分な体系、内容を具備した学問としての福岡流通ビジネス論はまだ成熟していないといえる。今後これら为本授業の展開、研究の進展などを通じて整備していきたい。

(エ) 本講義における学問知識体系としての福岡流通ビジネスの位置づけ、考え方

上記の定義を前提に、地域密着と福岡の人のために、学問知識体系としての福岡流通ビジネス論の確立を目指していきたい。その守備範囲は現実的にはあまりに多岐にわたってまた広すぎるため、本授業では小売業及び飲食業、卸売業、そして消費者、生産者を中心に福岡流通ビジネスの現状と課題を探ることで、学問知識体系としての福岡流通ビジネス論のスタートを切りたいと考えている。

(オ) 「福岡流通ビジネス論」が目指すところ

① 広く一般的に認知されること、学問・実務・社会のそれぞれの中で広く知れ渡るようになること

② 地域に根ざした学問や考え方の重要性や役割の普及

3. 流通システムにおける福岡流通ビジネスと流通システムの諸機能担当者

(ア) 一般的な流通システム

生産者 → 卸売業者 → 小売業者 → 消費者

(イ) 福岡における流通ビジネスを考察する上での流通システムの捉え方

生産者 → 卸売業者 → 小売業者 → 消費者
飲食店

(商店街)

* 飲食店は、一般的に小売業者とは区別されるが、アメリカなどでは、スーパーなどの小売業者以外にも銀行や飲食店等の消費者に商品・サービスを提供するもの全てを含めて小売 (retailer) として位置づけられる。飲食店に関しては、ロイヤル (ロイヤルホストを経営) など福岡発全国企業も多く、スーパーなどの小売業者だけではなく飲食店も含めて福岡流通ビジネスの対象に含めてはどうか。

* 小売業者には、スーパーや百貨店、コンビニエンスストアなどの他、ショッピングセンター、商店街、専門店及び一般的な商店など多種多様なものが含まれる。

(ウ) 福岡流通ビジネスにおける流通機能担当者の代表的な企業と消費者

① 生産者

ふくや…からし明太子メーカーとして地元福岡の特産品の製造を担うナンバーワン明太子企業。福岡でからし明太子を開発した最初の事業者で、独自の販売網を持つ。ふくやのからし明太子は、全国的にも有名で味、ブランド力、知名度などでライバル企業よりも優位に立つといわれる。からし明太子は福岡県産のシェアが80%以上でふくやはその中心的企業。

② 卸売業者

ヤマエク野…福岡発企業であるが、全国的な企業であるために本社は東京にある。九州の卸売業界をとりまとめるリーダー的存在、全国の卸売業界の中でもベストテンのレベルにある。

③ 小売業者

1. 岩田屋…地元福岡に生まれた福岡にしかない地元老舗百貨店、大手百貨店伊勢丹との提携、店舗の再構築と若年層へのターゲットのシフトで再生が軌道にのってきている。

2. サンリブ (・マルシヨク) …地元福岡の北九州に育った、小売業ランキング全国57位 (2003年度) の福岡老舗企業。サンリブやマルシヨクなど多数展開してきたが、昨今はスーパー間競争が激化し生き残り競争に必至。

3. ベスト電器…福岡・九州をはじめ、中国地方・沖縄などの西日本エリアそして関東にも店舗網を持つ福岡発の家電専門店。2003年度全国小売業ランキング25位にランクする福岡ナンバーワン小売企業 (売上高)。

④ 飲食店

ロイヤル…ファミリーレストランの草分け的な存在、ロイヤルホストを多店舗展開し関東地方でも多数の店舗を展開し、今日ファミリーレストランではもっとも有名であるだけではなくブランド力の高いファミリーレストランとして成長した。他のファミリーレストランに比較して高級感がある。1957年設立、2005年4月13日に創業者の江頭匡一氏が死去。

⑤ 商店街

新天町…天神地域の商店街として戦後発展し、福岡の中の商店街の中でもっとも有名なものの1つ、福岡県内の商店街は軒並み苦戦が続き衰退しているところも多いが、中高齢消費者が中心顧客だった福岡玉屋が閉店し岩田屋が若年消費者へのシフトが進む中、高齢者の買い物場所として再び支持されつつある。

⑥ 消費者

1. 女性…全国随一のファッションセンスの高さを誇る? (調査データなし)。天神の

福岡の市場の動向と特質

街ゆく女性のファッションは、九州山口各地の女性から羨望の的か？ 天神で仕事・アルバイトをするなどで天神に居続けることで、他の洗練された女性ファッションを参考にすることとなり自信のファッションセンスに磨きがかかる（福岡女性ファッションセンスの洗練化のメカニズム＜平野説＞）。

2. 男性…博多っ子，男性らしく，竹を割ったような性格。本当だろうか？

＜考察中＞

4. われわれはどこから福岡流通ビジネスを身近に感じればよいのか

(ア) 現実としての福岡流通ビジネスはあちらこちらに

- ① よく利用するコンビニエンスストア，スーパーマーケット
- ② 百貨店，大名の洋服屋さん，美容室，専門店
- ③ 商店街，ショッピングセンター

福岡流通ビジネスに関わっている事業者は多く，こうした事業者に取り囲まれて，また取引をすることによってわれわれの生活が成り立っている

(イ) 福岡流通ビジネスを捉える視座

- ① いつ
- ② だれとだれとが（いかなる事業者（売り手）がいかなる事業者・消費者（買い手）とが）
- ③ ところで
- ④ 何を（どのような商品・サービスを）
- ⑤ どのように
- ⑥ いくらで
- ⑦ どのぐらい

流通ビジネス上の取引を行ったのかを，

捉えることが福岡流通ビジネス論を学ぶ上でのポイントとなる

(ウ) 「福岡流通ビジネス」を捉えるための発想法

- ① 福岡（博多）産，福岡（博多）育ち，福岡（博多）発，とにかく福岡，博多に関心を持つ
- ② 福岡の特徴をつかむために，むしろ東京，大阪，あるいは海外の都市にいったって見て福岡と比較してみる。他都市と福岡とを比較してみればじめて福岡の特徴が見えてくる
- ③ 福岡はすぐれた街，優れた都市であることを信じ，その魅力の発掘につとめ，自分たちが住んでいるところをもっともっと好きになること。また福岡ブランドの構築，ブランド価値の向上に努めよう。
- ④ 福岡の優れた点，良さに積極的に目を向けることは大切であるが，福岡の問題点，課題などもしっかり見つけていくことも肝要である。問題点，課題を克服しよりよい福岡にしよう。福岡流通ビジネス論を考える上で，福岡をよりよい街，県にしようということが大前提である。

福岡流通ビジネス論

—データ・資料にみる福岡，福岡基本情報から福岡流通ビジネス実践のためのヒントを探る— 講義ハンドアウト No. 3

1. 地理的情報，人口統計学上にみる福岡

(ア) 福岡をデータから捉える

- ① データから捉えることの重要性
- ② 福岡（県，市）を理解するには他と比較することが一つの方法
- ③ 流通ビジネスを実践していくには，人口統計上のデータを調べ，そこからヒントをつかむことも大切である。

例…スーパーやコンビニエンスストアの店舗を出店しようと思えば，その周辺の人口がどの程度であるのか，今後増加傾向にあるのかどうかなどを絶対に調べておかなければならないであろう

(イ) 全国の中の「福岡（県）」

(ロ) 九州山口の中での「福岡（県）」

(ハ) 福岡県内における「福岡（市）」各市町村比較

(ニ) データ比較から見えてくる福岡像

- (ホ) データを参照することは大切であるが，その背後に何があるのか（原因の推論），そこからいえることは何なのか，推理力，洞察力を働かせて分析，考察してみることも大切である。

2. 日本一としての福岡（県）

(ア) 柿（富有・次郎） 作付面積1,590ha

(イ) 茶（玉露） 生産量 90 t

(ロ) タケノコ 生産量 10,726千m²

(ハ) 木製家具製造業 出荷額 67,886百万円（筑豊地区）

(ニ) からし明太子 生産量

- (ホ) 博多どんたく（ゴールデンウィーク中の人出200万人以上，平成17年度210万人，昨年度を30万人以上上回る⁽¹⁾）

3. 開発プロジェクト計画

(ア) 福岡に関わる様々な開発プロジェクト計画が存在し，その中には流通ビジネスに直接関わるものあるいはその関連したものが様々あり，それを押さえておくことが大切である。

(イ) 流通ビジネスに直接関わる開発プロジェクト計画

① 具体的開発プロジェクト

② プロジェクトのねらいと期待される効果

(1) 博多駅再開発プロジェクト

① 複合商業ビル建設，高島屋の出店意向

② 九州新幹線全通に向けての諸施策…博多駅利用者増というビジネス・チャンスに対応した

(2) イオン福岡西ショッピングセンター

福岡の市場の動向と特質

- ① 福岡西部の大型ショッピングセンター
 - ② 九州大学福岡西部移転計画，福岡市西部の人口増にともなう新規出店戦略
- (ウ) 流通ビジネスに関連する開発プロジェクト計画
- ① 具体的開発プロジェクト
 - ② 福岡流通ビジネスに関わる側面と効果
 - ③ プロジェクトのねらいと期待される効果
- (1) アメリカ映画テーマパーク構想
- ① パラマウント・ピクチャーズの映画を中心とするテーマパーク構想
 - ② エンターテイメント商業施設（飲食施設，小売施設）の建設
 - ③ トリアス久山とのシナジー効果（あるいは競合？逆効果？）
- (2) 新北九州空港
- ① 2006年3月新北九州空港が開港予定
 - ② 空港内の小売業の展開，交通網のルート沿いの小売業の展開，卸売業の進出（特に航空輸送を活用する卸売業者）
 - ③ 24時間（可能）空港，貨物航空輸送，大型機離発着空港，福岡空港の代替空港としての役割

4. 売上高上位の福岡企業 —九州・沖縄の売上高100億円以上の企業ランキングから福岡企業の経営実態，位置づけを探る—（次ページ）

5. 福岡流通ビジネスにおける小売業と卸売業

商都といわれる福岡では，小売業を中心とする流通ビジネスが反映を見せているように思われるが，実は卸売業の方が小売業よりも年間販売額が3倍以上も大きい。

卸売業 16,811,792百万円（16.8兆円） 2002年度

小売業 5,222,772百万円（5.2兆円） 2002年度

* この要因は，九州全般に販売ルートを持つ卸売業の拠点が福岡にあるからに他ならないが，福岡は販売額ベースでいうと小売ビジネスというよりも卸売ビジネスの街であるといえるだろう

6. 将来の福岡 —データ，資料，統計からみる将来の福岡像—

- (ア) 今後の予測が大切
- (イ) 5年後，10年後，20年後の福岡はどうか
- ・人口減
 - ・少子高齢化が極まる
- (ウ) 人口の推移
- ・福岡県の人口は，2010年から15年頃まで微増すると考えられるがその後は減少していく。九州全体ではすでに人口の減少が始まっている（九州データ・ブック2004，p.84）
 - ・高齢化の問題
- さらなる高齢化が福岡流通ビジネスに何をもたらすのか
- (エ) 九州新幹線

- ・九州新幹線全通により福岡の優位性、一極集中性が高まるのか？

(㊦) 地震

- ・地震による将来への影響は？

【表1. 九州・沖縄の売上高100億円超企業上位50社 —2003年度—】

順位	企業名	所在地	売上高	売上高伸び率	当期利益	
今期	前期					
1	1	九州電力(株)	福岡市	1,318,336	▲2.9	70,118
2	2	(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモ九州	福岡市	647,661	6.9	62,459
3	3	トヨタ自動車九州(株)	福岡県宮田町	698,728	10.8	16,642
4	4	東陶機器(株)	北九州市	379,900	4.8	8,494
5	5	(株)ベスタ電器	北九州市	344,719	0.5	2,012
6	7	山九(株)	北九州市	321,980	22.8	7,726
7	8	ソニーセミコンダクタ九州(株)	福岡市	302,340	26.5	922
8	6	パナソニックコミュニケーションズ(株)	福岡市	300,009	0.3	4,504
9	15	大分県キヤノン(株)	大分県安岐町	251,100	42.1	—
10	9	ヤマエ久野(株)	福岡市	222,932	0.4	1,470
11	10	(株)アーステ	大分市	212,306	2.2	1,761
12	11	(株)九州電工	福岡市	204,021	1.0	1,235
13	17	コカ・コーラウエストジャパン(株)	福岡市	186,176	6.6	10,259
14	12	(株)新出光	福岡市	186,143	▲4.7	557
15	16	(株)新ナア	北九州市	181,786	3.8	5,588
16	14	(株)アフト	北九州市	176,916	▲0.3	1,263
17	13	(株)サンリ	北九州市	175,527	▲2.4	674
18	25	(株)イオ	北九州市	162,481	24.5	935
19	26	(株)安川電機	北九州市	155,501	22.8	1,723
20	19	九州旅客鉄道(株)	福岡市	150,334	0.4	2,671
21	18	西華産業(株)	北九州市	138,778	▲7.7	601
22	21	沖縄電力(株)	北九州市	134,756	0.4	5,594
23	22	(株)タヨ	鹿嶋市	133,323	0.0	2,238
24	20	西日本鉄道(株)	福岡市	133,171	▲3.5	4,598
25	23	(株)ユタ	久留米市	123,192	▲6.8	205
26	30	岩一兄弟(株)	久留米市	121,205	19.6	10
27	31	(株)サエ	人吉市	111,598	10.3	3,773
28	40	(株)岩田	福岡市	109,895	26.3	1,929
29	44	福岡産業(株)	福岡市	107,643	31.1	1,517
30	28	(株)マシ	大分市	107,293	▲2.9	1,055
31	27	東京エレクトロ九州(株)	大分市	107,099	▲7.4	583
32	46	南西石油(株)	沖縄県西原町	106,464	30.4	▲281
33	45	司観光開発(株)	玉名市	104,000	26.8	—
34	29	城山観光(株)	鹿嶋市	103,820	▲0.7	▲264
35	32	西南国産(株)	福岡市	103,451	2.5	2,196
36	35	富田産品(株)	鹿嶋市	100,797	6.0	911
37	33	(株)富田	鹿本	97,031	▲0.7	833
38	37	(株)井筒	北九州市	93,779	1.2	881
39	36	(株)マシ	大野市	92,189	▲0.6	760
40	38	(株)ミ	北九州市	91,301	1.0	716
41	34	若築一建(株)	北九州市	90,496	▲5.6	543
42	39	(株)平	福岡市	89,245	0.3	89
43	48	(有)平興	小郡市	85,481	6.3	380
44	47	(株)サ	福岡市	84,537	4.2	957
45	43	(株)サン	福岡市	84,313	2.0	4
46	41	南九州コカ・コーラボトリング(株)	熊本	83,148	▲2.0	3,471
47	53	小野建(株)	大分市	82,712	13.8	1,501
48	51	(株)博	福岡市	82,348	9.8	2,718
49	56	(株)プ	福岡市	81,960	22.0	6,035
50	42	ロイヤル(株)	福岡市	76,645	▲8.0	▲6,306

(注1) 売上高、当期利益の単位は百万円、伸び率はパーセント。▲はマイナス。
 (注2) 売上高、当期利益は2003年4月期から2004年3月期まで。金融、組合などを除く。
 (注3) 「★」印は税込利益。(東京商工リサーチ福岡支社調べ)
 (出典：西日本新聞社編『九州データ・ブック2005』、2004年、p.62より)

7. 市町村の財政と大型工場との関係

財政力指数ランキング 自主財源率ランキング

1 位 苅田町	1 位 苅田町
2 位 新宮町	2 位 新宮町
3 位 福岡市	3 位 福岡市
4 位 久留米市	4 位 芦屋町
5 位 粕屋町	5 位 粕屋町
6 位 宮田町	6 位 久山町
7 位 志免町	7 位 宮田町
8 位 甘木市	8 位 久留米市
9 位 筑紫野市	9 位 志免町
10位 大野城市	10位 北九州市

* 日本を代表するようなトップ企業の工場がある市町村ほどその財政は潤っている

* モノづくりの拠点としての福岡・九州

〈財政力指数ランキング上位の市町村と各市町村に存在する企業の工場等〉

- 1 位 苅田町 (日産自動車苅田工場, 今後トヨタのエンジン製造工場を稼働)
- 2 位 新宮町 (フジパン, プリマハム, フランソワ, ミツカン, その他多数の工場が点在, ハイパーモールメルクスをはじめ多数の商業施設が点在)
- 3 位 福岡市 (九州の経済・商業の拠点, 大手企業の支店, アサヒビール工場)
- 4 位 久留米市 (ブリヂストン工場, アサヒコーポレーション工場)
- 5 位 粕屋町 (武田薬品, ソニー・ロジスティクス, リョービ, セントラルアサヒ工場, YKK)
- 6 位 宮田町 (トヨタ自動車宮田工場)
- 7 位 志免町 (志免町別府に亀山工業団地がある, 九州三菱ふそう, その他多数の工業施設がある, またダイキン工業などもある)
- 8 位 甘木市 (ブリヂストン工場, サントリー工場)
- 9 位 筑紫野市 (J T福岡工場, 旭化成工場)
- 10位 大野城市 (仲畑にある工場集積地帯, 糧友〔リョーユー〕パン福岡工場)

〈自主財源率ランキング上位の市町村と各市町村に存在する企業の工場等〉

- 1 位 苅田町, 2 位 新宮町, 3 位 福岡市
- 4 位 芦屋町 (折尾鉄工所, 芦屋競艇場)
- 5 位 粕屋町
- 6 位 久山町 (赤坂工業団地〔三洋電機〕, 登尾工業団地〔銭高組, 福岡PC協組〕, 原工業団地〔福岡アルミ, 昭和鉄工〕)
- 7 位 宮田町, 8 位 久留米市, 9 位 志免町
- 10位 北九州市 (新日鐵八幡・戸畑工場, 住友金属, 北部九州の経済・商業の拠点)

参考文献

- (1) 西日本新聞2005年5月7日朝刊, 30面
- (2) 西日本新聞社広告局マーケティンググループ編「九州データ・ブック2005 ―エリア・マー

平野 英一

「ケティングのために」，2004年

福岡流通ビジネス論

福岡の市場の動向と特質 ―福岡という市場をどのように読むか― 講義ハンドアウト No. 4

1. 福岡の市場をどのようにとらえるか

(ア) 背景

- ・福岡に関する調査・研究・分析に納得のいくマーケターや研究者が必ずしも多くないのでは？
- ・福岡の市場の本質的な特徴がつかまえられるかということではないか

(イ) 福岡の市場の捉え方 ～2つの視点で福岡の市場をとらえる～

- ・福岡市場の動向……変化する最近の傾向，流行・ブーム・トレンド，志向
- ・福岡市場の特質……変化しない普遍的で特有の傾向，DNAのような核心的部分
→多くの調査やデータから得られるのは動向ではなからうか？

* 変化する動向と変化しない本質的な特徴の双方を捉えることが重要といえる

図1. 市場の動向と特質の構図

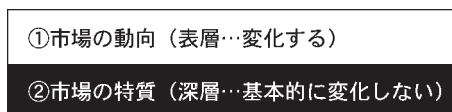
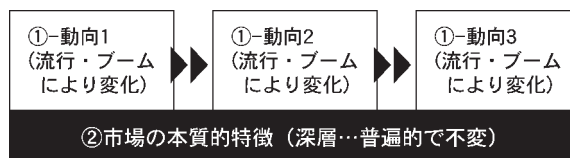


図2. 市場の動向と特質の構図と流れ



2. ポストモダン・マーケティングによる福岡市場の理解

(ア) 従来の調査，データによる研究方法の限界

- ・一時的
- ・一過性に終わる可能性
- ・根本的な本質が見えてくるのだろうか？

(イ) ポストモダン（・マーケティング）という研究の枠組み

- ・目的……福岡流通ビジネスを含むマーケティング現象をよりよく理解する，深く理解する，深層を突き止める
- ・方法（アプローチ）……少数を対象者とする深層面接，深い観察，詳細な読み込みをすることで現象の全体像，根本，特質を捉えようとするアプローチ
- ・特徴の要点
 - ① 考えるというよりも感じること

- ② サイエンス（科学）というよりもアート（芸術）・リタレチャー（文学）
- ③ 客観というよりも主観
- ④ 論理というよりも直観、直感
- ⑤ 理論というよりも持論、自論（自説）
- ⑥ データというよりも観察、読み込み（洞察）
- ⑦ 創造というよりも想像
- ⑧ 新しい知見の発見というよりも過去の知見への新たな光の照射
- ⑨ 一つの答えというよりも複数の答え
- ⑩ （研究対象の）異質性を前提とするよりも同質性を前提とする

・重要点

実務家の感性（センス）、市場を見る目（観察眼）、洞察力
例……人びとのファッションに関する特質を見極める力

・根拠（らしきもの）

- ① 一般的な質問紙調査・面接調査よりも居酒屋でのうち解けた雰囲気での調査らしくない調査の方がかえって対象者の本音を聞き出せる、対象者のバックグラウンド・全体像・本質・統合的な理解が得られやすい。
- ② 優れた（必ずしも有名である必要はない）作家や画家の作品は、本質や根本のものを克明に捉えたり描写したりしているからこそ、多くの人から共感共鳴され支持され理解されうるのである。
- ③ 日本を代表する作家……故司馬遼太郎氏＝氏の紀行文を読むと、目の前にある状況を克明に描き出し、あたかも読者がその様子を眼のあたりにしているかのように情景を思い描くことができる。そうした司馬氏の一文一文から構成される文章が街、人、空間、物事、現象に関する本当の真実や本当の姿、特徴を的確に描き出しているように思われる。

・感性、洞察力を磨くために

- ① 福岡に関する文献・資料を調べ読み、なぜかを考え、現象の背後にあるものは何か自問自答し、想像力をはたらかせ考える（仮説を見つける、構築する）
- ② 福岡の人（消費者・従業員等）、モノ・サービス（商品等）、企業・店舗、詳細かつ克明に観察すること
- ③ 福岡を離れ、他の都市や国家を訪れ、そこでヒト、モノ・サービス、企業・店舗を徹底的に観察し読み込み、想像する
- ④ 福岡以外の都市・街・村を観察し、それらの特徴をつかんだ上で福岡のそれらを比較し相対化をはかっていく（福岡を離れた方がかえって、福岡の特徴がよりよく、深く見えてくる）
- ⑤ ①から④の繰り返しを徹底して行うことで、マーケターや研究者の特質を見極める眼、感性・洞察力を磨くことができる

3. 福岡の市場の特質

① 市場の概念

消費者とするのが典型例であるが、労働者市場、ビジネス市場など市場という言葉は多義性を有している。ここでは、“市場自体”の概念を議論する紙幅もなく、またそれを議

福岡の市場の動向と特質

論すること自体はこの論考の中では有益とはいえないので、福岡の市場をよりわかりやすく捉えるために以下のような焦点の当て方で福岡市場を捉えたい。

- ② 平野による観察と読み込みから捉えられる福岡の市場の特質
 - * 市場を消費者と企業・店舗の双方を含めて捉える
 - ㍿ 市場の変化のスピードがきわめて速い
 - ㍿ 市場が一つの方向へと進むエネルギーが強い
 - ・福岡の人びとは「熱しやすく冷めやすい」（県民性）といわれるが、天神や大名の店舗の移り変わり（流行り廃り）のスピードはきわめて速く、東京などと比べても相当に速い
 - ・独立系のカフェ・ブームの急速な普及の態様は福岡の市場の特質をよく表している（カフェ化現象を引き起こした）
 - ・一つの流行・ブームが一度生じると、爆発的なスピードとエネルギーで普及していく傾向が強いのが福岡市場の特質であるが、撤退のスピードが速いことも福岡の市場の特徴である
- ③ 日本の消費者の特質（福岡の人びとにも見いだせる特徴）
 - ㍿ 新しいもの好き
 - ㍿ ブーム・流行好き
 - ㍿ 限定好き

4. 福岡でのビジネス展開で何が重要か

福岡でのビジネス、マーケティングの展開においては、以上の議論を踏まえても多数の論点があるがここでは以下の2点に絞ってまとめる

- ① 常に新しいもの（店舗、商品、サービス、広告）を打ち出していくこと
 - いかに優れた企業・店舗・商品・サービス・ビジネスモデルも必ず廃れ、消費者の間で飽きやマンネリ化が生じてくる。
 - 新しいものを提案することで克服
- ② 差別化の徹底
 - 福岡の市場では、流行・ブームが生じると多くの企業や店舗が同様の方向へと進む傾向が高く、またそのエネルギーも強大である。しかし、ブーム・流行には必ず終焉がある。ビジネス展開、マーケティング展開の基本的な方向は差別化された商品、店舗、コンセプト、ポジショニングが重要となる
 - 多様化と個性を競い合い、差別化が徹底されている福岡の屋台の展開状況が大きなヒント、手掛かりを与えてくれる

5. 「福岡流通ビジネス論」が開講 ～大学の講義も差別化と新規性が肝要～

- ・大学という組織・機関も福岡という市場の動向と特質に影響されながら存在する組織である
 - ・各講義科目は、大学が販売している商品群であり、各ブランド品（個別商品名）という
 - * 講義科目においても差別化と新規性を打ち出していく必要がある
-
- そこで、九州産業大学商学部商学科では、地域密着性を加味して2005年度から

「福岡流通ビジネス論」を開講した

概要と方向

福岡の市場の特質と動向を探りながら、福岡流通ビジネスがどこに進むべきなのかを検討する。福岡の流通ビジネスが盛んでその競争も極めて激しい。福岡の市場の動向と特質を前提に、福岡流通ビジネスの現状、課題、将来像を検討し、地元博多っこが福岡を極めるための授業を展開したい。

<参考文献>

- (1) ハーバード・ビジネスレビュー, 2000年6月, ダイヤモンド社
 - (2) 平野英一 (2000), 日本の消費者は限定好き? ―日本の消費者の特質―, 経済研究 (琉球大学), pp.293-313
- * この講義資料は、講義担当者が執筆した下記の文献を抜粋整理したものである。
平野英一 (2005), 九州マーケティング協会, 九州マーケティングアイズ, 2005年春 (4月), vol.33, pp.18-19

福岡流通ビジネス論
福岡の代表的流通ビジネス業者とその戦略
講義ハンドアウト No. 5

1. 福岡の流通ビジネス業者 —代表的企業—

(1) 小売業者

- ① ベスト電器（総合家電専門店）
- ② イオン九州（スーパー、ショッピング・センター）
- ③ サンリブ・マルショク（スーパー）
- ④ ナフコ（ホームセンター）
- ⑤ マルキョー（スーパー）
- ⑥ 岩田屋（百貨店）

(2) 卸売業者

- ① ヤマエ久野（食品卸売業）
- ② アトル（医薬品卸売業）

(3) 生産者（製造業者）

- ① トヨタ自動車九州（自動車）
- ② パナソニックコミュニケーションズ（半導体等）
- ③ やずや（健康食品）
- ④ コカ・コーラウエストジャパン(株)（コカ・コーラなどの飲料）

(4) 飲食店

- ① ほっかほっか亭（手づくり弁当，中食）
- ② ロイヤル（ファミリーレストラン等）

2. 代表的な小売業者の流通ビジネス戦略 —ベスト電器—

(1) ベスト電器の会社概要（2004年度）

- ③ 事業内容 家電品の小売販売（家電品の卸売り販売も14%程度）
- ④ 従業員数 単3,490名（平均年齢36.3歳，年収401万円）連4,968名
- ⑤ 売上高 3,579億円（前年3,552億円）2005年3月期
- ⑥ 利益（最終）-107億円（前年 +24億円）

(2) 設立とポジション（業界内での地位）

- ① 1953年9月設立 1973年9月株式上場
- ② 九州沖縄地区で売上高ナンバーワン小売業
- ③ 福岡九州を中心に，沖縄地区や中国地方など西日本全域を中心に展開し，現在では北海道などにも進出し全国的家電小売企業となっている

(3) 企業環境

- ① ミスター・マックスをはじめ地元の業者との競争が既に存在
- ② ヤマダ電機やコジマをはじめ郊外に，大手家電量販店が進出
- ③ 都市中心部に大手家電量販店（ビック・カメラやヨドバシ・カメラ）が進出し，競争が激化

- ④ 極めて厳しい競争環境にあり、他社とは一線を画したベスト電器独自の戦略が必要
- (4) 流通ビジネス戦略
 - ① 価格競争よりも顧客との対話、懇切丁寧なきめ細かい顧客サービス
 - ② 大手小売業者とのタイアップ戦略 例……ショッピングダイエーの8階にベスト電器
 - ③ メーカーとの協力・信頼関係（商品が値崩れしたり、ブランド価値を損なうような値下げをしない）
- (5) 課題と今後の展開
 - ① 郊外の小型店・中型店の不採算店の閉店と活性化（店舗の再構築を推進）
 - ② 太陽光発電システムなどの工事・設置をともなうハウジング家電強化
 - ③ 地域密着をより強く打ち出していく
 - ④ 本質的な価格競争をしない方向での戦略展開
 - ⑤ ベスト電器のブランド価値の創出（ベスト電器は安心で最も信頼できるという地域の顧客からの圧倒的な支持・愛顧）

3. 代表的な卸売業者の流通ビジネス戦略 —ヤマエ久野—

- (1) ヤマエ久野の会社概要（2004年度）
 - ① 事業内容 食料品関連商品の卸売
 - ② 従業員数 単814名（平均年齢36.9歳，年収517万円）連1,520名
 - ③ 売上高 2,501億円（前年2,473億円）2005年2月期
 - ④ 利益（最終）9億円（前年 17億円）
- (2) 設立とポジション（業界内での地位）
 - ① 1950年4月設立，1974年10月福岡株式市場に上場
 - ② 食料品事業中心（90%）から多角化へ（住宅関連，運輸関連燃料等）
 - ③ 福岡を地盤とし，九州全域の食品の卸売りを担う最大手卸売企業
 - ④ 東京や大阪にも支店を有し，福岡や九州の卸売業ビジネス展開のための全国流通ネットワークを構築
- (3) 企業環境
 - ① 卸売業者の統廃合は進み，厳しい環境にある
 - ② 小売業者からの卸売価格の値下げ圧力は依然強く，価格引き下げへの対応が必要
 - ③ ヤマエ久野は，福岡だけではなく九州全体への食料品の流通を担う巨大卸売企業であるだけに，その影響力は大きく，他業種に比較して環境は悪くはない。しのぎを削る同業他社ライバルが小売業に比較して多数いるというわけではない
- (4) 流通ビジネス戦略
 - ① 酒販3社（酒の卸売業者）を合併し，酒類取扱の拡大（巨大卸売業者の基盤と地位をより強固なものに）
 - ② 多角化の推進と合理化（熊本・北九州で酒類と加工食品の物流センターを統合）
 - ③ 九州最大手の卸売業という強みを維持してきたことで，長期的に安定した収益を維持している
- (5) 課題と今後の展開
 - ① 物流のさらなる効率化，コスト削減
 - ② 他業者との競争…インターネット販売業者，独自流通ルートを持つ小売業者，生産者

福岡の市場の動向と特質

との戦い

- ③ 懸念材料として、原油価格の高騰がある。物流コストの上昇を招いている
- ④ 最終消費者とのコミュニケーション（緑の下の力持ち的存在である卸売業者の存在意義を消費者や社会へ訴求）

卸売業の意義と役割をHPでアピール

- ① 生産者と小売業者を結びつける存在
- ② 5つの卸売業者の役割
 - 1. 需給調整機能
 - 2. 在庫機能
 - 3. 物流機能
 - 4. 情報提供機能
 - 5. リテイルサポート機能

4. 代表的な飲食業者の流通ビジネス戦略 —ロイヤル—

(1) ロイヤルの会社概要（2004年度）

- ① 事業内容 高級ファミリーレストラン事業を中心に機内食、ベーカリー事業、ホテル事業も実施
- ② 従業員数 単1,598名（平均年齢36.3歳、年取509万円）連2,252名
- ③ 売上高 1,005億円（前年1,001億円）2004年12月期
- ④ 利益 +49億円（前年 -93億円）

(2) 設立とポジション（業界内での地位）

- ① 1956年5月設立 1978年8月上場
- ② ファミリーレストランの草分け的存在
- ③ 福岡九州地区だけではなく、東京などの関東地方でも店舗展開をはかっている高級ブランドのファミリーレストラン

(3) 企業環境

- ① 九州地区では、低価格戦略を仕掛ける「ジョイフル」や多角化（多業態化）戦略を進める「すかいらーく（ガスト、夢庵、バーミヤンを展開）」の存在により同業者間の競争は激化するばかり
- ② コンビニエンスストアや“中”食事業（ほっかほっか亭）などの存在により異業種間競争も激化している
- ③ 高級過ぎる（？）ロイヤルホストは既存店舗の売り上げが微減傾向にある

(4) 流通ビジネス戦略

- ① これまではファミリーレストランの高級ブランド戦略が収益をもたらしてきた（今後はどうなるのか？）
- ② 店舗の雰囲気、外観などにこだわった戦略
- ③ セントラルキッチン方式で、店頭の調理場では簡単な調理をすれば、食事メニューがすぐに提供できるというビジネスモデルを構築済み
- ④ 食材の調達コストの削減と品質アップを目指し、トレーサビリティの明示を進めてきた

(5) 課題と今後の展開

- ① 地域別メニューの展開
- ② セット値下げ，少量メニューを強化し集客増を狙う
- ③ 低価格戦略を進めるライバル企業（ジョイフル，ガスト）との差別化と競争
- ④ 神奈川県でカフェ業態を出店（2005年4月から）など新業態を模索中
- ⑤ ロイネットホテルの運営をスタート
- ⑥ ロイヤルホールディングスへの社名変更（2005年7月から）

5. 福岡流通ビジネスの特質とは何か，成功企業の共通の条件とは何か

(1) 上記の3社，福岡発全国展開企業の共通する特徴とは？

- ① 低価格競争に安易に走らず，ブランドの強化や顧客サービスの徹底に力を入れてきた
- ② 地元や自社の基盤となる地域，消費者を重視してきた（地域密着志向）
- ③ 顧客，取引先との信頼関係の構築・維持に注力してきた
- ④ しかし，3社ともこの1，2年は損失の一括処理（不採算店舗の閉鎖，商業施設の統合など）を行い，赤字を出している。今年度または来年度以降の決算では黒字が見込まれてはいるが……。今各業者は岐路に立たされている。新しいことにチャレンジしていかなければならない時期にさしかかっている

(2) 成功企業の条件

- ① 価格競争ではなく，差別化（他にはないものをもっている）
 - (ア) ベスト電器……他の家電量販店とは異なり，地域に根ざし安心感のある店舗企業である
 - (イ) ヤマエ久野……九州の巨大メガ卸売業者という意味で，他にはない存在となっている。卸売業者としてのパワーは強大である
 - (ウ) ロイヤル……「ロイヤルホスト」というファミリーレストランは他にはない高級感があり，そのブランド力は他社を引き離している
- ② 新規事業への挑戦
 - (ア) ベスト電器……高付加価値商品や消耗品でベスト電器ブランドを展開し，高利益率の確保を目指す。また他社が手がけていないハウジング家電に着手し，地域密着をさらに強化していく
 - (イ) ヤマエ久野……酒販等の卸売事業を強化し，また事業の多角化を進めている。HPは昨年度のものとは大きく変わり，企業と社会や消費者へのコミュニケーションを重視する戦略をとっている
 - (ウ) ロイヤル……カフェ業態の実験店を出すなど，「ロイヤルホスト」だけではなく，新規業態事業（店舗）の発見と育成が今後の企業成長の鍵となっている。またホテルやベーカリー事業などを手掛け，事業の多角化を推し進めている

(3) 結論とまとめ

- ① 福岡の成功企業の戦略を中心とした事例を学ぶことで，福岡での流通ビジネス戦略の成功のためのヒントが得られる
- ② 差別化と新規性を事業に求めていくことがやはり基本であることが理解される。これを徹底していくことが肝要である
- ③ 差別化と新規性を，具体的にどのように自社の事業の中に取り入れていくのかは，経

福岡の市場の動向と特質

営管理者やマーケターの課題であり責任である

<参考文献>

- (1) 東洋経済新報社編, 「会社四季報」, 2005年第3集 (夏)

九州地域の農山漁村地域における産業振興戦略の実態

——日田市大山町地域を中心に——

山 本 久 義

はじめに

わが国の農山漁村地域（ルーラル地域）は農林水産業の低迷に加え、当該地域における就業人口の減少と極端な高齢化がもたらす、過疎化とコミュニティの崩壊に直面しているところが多い。九州地域もその例外ではない。このような問題を抱えているルーラル地域はその大部分が中山間農業地域（農林統計上の区分¹⁾で、山間農業地域と平地農業地域に挟まれた地域は中間農業地域と呼ばれるが、これに山間農業地域を加えたものが中山間農業地域であり、略して中山間地域と呼ばれる。漁村の大部分も地形上、これに分類される）に属している。

1995年農業センサスによる分類では、註1の表に示すように、全国3,235市町村のうち、中間農業地域は1,022市町村、山間農業地域は735市町村が該当するので、中山間地域に分類される市町村は1,757（54.3%）に上る。

実はわが国の食料自給率は供給熱量ベースで、平成10年度以来40%で推移している。ちなみに昭和40年度の数値は73%であった。33年間で、33ポイントの減少である。他国の状況をみると、豪：230%、仏：130%、米：119%、独：91%、英：74%、であり、40%という数値は先進工業国家のなかで最下位にある²⁾。わが国の主要ライフラインが外国の手中に握られているままでよいのであろうか。それは少なくとも50~60%以上であるべきである。食料輸出国が不作の場合、わが国がゆゆしき事態に陥るからである。国際政治の局面で、そのことがわが国のアキレス腱となっ

てはならないからである。

以上よりわが国政府は「新たな食料・農業・農村基本計画」（平成17年3月）のなかで、食糧自給率を基本的には50%以上に引き上げることを目指し、とりあえず平成27年度までに45%に向上させることを目標として掲げることになった³⁾。

しかるに、中山間地域はわが国食料生産高の約4割を占めているので、食料自給率の向上のためには、平地農業地域と同様にこの地域も活性化し、食料の生産・供給基地の一つとして機能しなければならない。

わが国ルーラル地域の第1次産業が活性化しなければならない理由がもう一つある。それは当該地域が、経済数値で測り知れないほどの多面的な経済外機能を果たしていることにある。例として、農水省は次の機能を提示する⁴⁾。地球環境保全機能、生物多様性保全機能、土砂災害防止機能、土壤保全機能、水源涵養機能、土壌浸食防止機能、土砂崩壊防止機能、雨水の保水・貯留による洪水防止機能、快適環境形成機能、文化機能、良好な景観の形成機能、水源涵養機能、水質浄化機能、気候緩和機能、文化の伝承機能、保健・レクリエーション機能、生物多様性保全機能、生態系保全機能、有機性廃棄物処理機能、都市との交流などの場を提供する機能、伝統漁法などの伝統的文化を継承する機能、漁獲による窒素・リン循環の補完機能、海域環境の保全機能、海域環境モニタリング機能（海難救助・国境監視・災害救助機能など。

ところで、わが国山間農業地域では林業が主たる産業の一つとなっているが、この産業も構造不況により、低迷をみている。しかし

ながら、上記の経済外機能はかなりの部分が山間地域の森林によって遂行されているのである。森林はきちんと管理され、手入れがなされていないと、荒廃が進み、上記機能が果たされなくなることが明らかにされてきた。

さらに、循環型社会の必要性から、次のような指摘もある。「…20世紀後半に高度に発達した人類社会は地球の環境容量という壁にぶつかってその行き先を見失い、今、ようやく生態系の原理をモデルとした『循環型社会』の構築に活路を見出そうとしている。そのような状況の中で、中山間地が果たす機能といえば、…森林には、本来の機能である環境保全の役割が、農業には、日本人のふるさとして農村的生活環境をはぐくむ生態環境保全と日本人らしい生活・文化を維持する機能の発揮が、木材や農産物の生産以外に望まれているのであろう」⁵⁾。

以上より、わが国ルーラル地域は林業も含めて第1次産業が活性化していなければならないことは明白である。かくてわが国ルーラル地域のなかには、それを目的にその振興策を策定・実施し、一定の成果を達成している地域が少数ながら出現している。

本稿では調査対象を九州に絞り、九州のルーラル地域における、第1次産業にまで経済が波及するような産業振興戦略が、どのような形態で展開されているかについてその実態を探るものである。調査に際して、まず文献調査を基盤とし、九州の主要ルーラル地域に赴いて、ヒアリングと視察を通じて情報収集を行い、上記目的を有効に達成するための産業振興のモデルと、そのモデルが有効かつ効率的に展開されるための具体的マーケティング戦略のあり方に関するモデルの構築を試みた。つづいてそれに基づき、その先進地域のひとつである日田市大山町(旧日田郡大山町)の産業振興の取り組み実態を分析し、そのより一層の振興を図るためのあるべき姿について考察するものである。

なお実態調査に際し、農協側の協力が得ら

れなかったので、行政側の振興戦略を中心に実態調査を行ったことを付言しておく。

1 農山漁村型地域産業の特色

これまでの調査結果から、ルーラル地域において上記目的を達成するための産業モデルは、図1に示す「農山漁村型地域産業」の構築と、その振興を目的とするマーケティング戦略の展開である。

その考察に先立ち、本稿が提示する「農山漁村型地域産業」の持つ概念の特色について明らかにしておこう。そこでまず、先行研究にみられる類似概念について考察し、「農山漁村型地域産業」の、それらとの相違点すなわち優位性について論述することにする。

(1) 既存の類似・周辺概念

わが国ルーラル地域における、第1次産業にまで経済が波及するような産業振興策の構築を図るためには、当該地域内に第1次産業、第2次産業、第3次産業の有機的連携システムを創設し、地域ぐるみの取り組みを図ることである。この概念は $1+2+3=6$ または $1\times 2\times 3=6$ であることから、「6次産業化」と呼ばれる。その代表的提唱者である今村奈良臣はその概念を次のように説明する⁶⁾。

「農業が1次産業のみにとどまるのではなく、2次産業(農畜産物の加工・食品製造)や3次産業(卸・小売、情報サービス、観光など)にまで踏み込むことで農村に新たな価値を呼び込み、お年寄りや女性にも新たな就業機会を自ら造り出す事業と活動」

さらには「内発型アグリビジネス」という概念も存在する。その代表的提唱者である斉藤修はその概念を次のように定義づける⁷⁾。

「『川上』『川下』部分を統合化して、消費者の交流を媒介とした需要創造、経営体間のネットワークの形成をはかり、『川中』『川下』部分の収益を再生産しにくい生産部門に配分する戦略をとる。…内発型アグリビジネス

スの戦略は加工場、直売所、レストランの集積で経済拠点を形成し、これにアメニティ空間としての農業公園、市民農園、交流施設などを結合させること」

地域内で産業の振興を図る手法には外発型と内発型がある。前者はたとえば地域内に工業団地を整備して製造業等の誘致を図るものである。しかしながらこの場合、地域内の第1次産業にまで経済が波及するような企業の進出は極めて稀であり、例えば、農林水産物を原料とする製造業が進出してきたとしても、地域内の農林水産物ではなく、もっと大量・廉価に仕入れることのできる外国産のものを使用することがほとんどである。地域内の第1次産業の振興を経営理念の一つに掲げる私企業はほとんど存在しないからである。この場合の唯一のメリットは雇用の創出ならびに関連業種の経済的潤い、および税収の増加程度である。

これに対して内発型の場合は、特産品事業と観光事業において地域内の資源を起用するものであり、地域内の産業の発展を目的として、地域内の各種機関や、有志の人々によって企画・実施されるものである。この手法は基本的には内発的発展論に基づくものである。この内発的発展論は次の3点を特徴とする⁸⁾。

- ① 外来的開発と違って、外部の企業、とくに大企業に依存せず、住民自らの創意工夫と努力によって産業を振興していること。中央政府や県の補助金に依存しないこと。外来の資本や補助金を導入する場合は、地元の経済がある程度発展して、それと必然的な関係を要求した時であること。
- ② 地域内需給に重点を置いて、全国市場や海外市場の開拓を最初から目指さないこと。できるだけ生産や営業の発展を地域内の需要にとどめ、急激な売上の増大を望まず、安定した健全な経営が続くことを望んでいること。

③ 個人の営業の改善から始まって、全体の地域産業の改善へ進み、できるだけ地域内産業連関を生み出すようにしていること。経済振興だけでなく、文化、教育、医療、福祉などとも関連した、コミュニティづくりとなっていること。

(2) 「農山漁村型地域産業」の概念の優位性

本稿で提示する農山漁村型地域産業は明らかに内発型であり、註8に示す宮本憲一氏の提唱する内発的発展論の諸特徴と大筋で合致する。

ただし、本稿ではそれをマーケティング戦略の実践理論を応用し、当該地域内に創設されるべき上記3産業の有機的連携システム中、第3次産業の中身をより具体的に表示し、卸売業（地域内・地域外の事業所を対象に生鮮物やその加工品の売り込みを図る事業）、小売業（地域内・地域外の消費者を対象に生鮮物やその加工品をする販売事業）、さらには観光・観光関連事業（宿泊業、飲食業、温泉事業、イベント事業、観光対象物の開発・観賞事業）を具体的に明示している点が、内発的発展論および、それを基盤とする第6次産業や、地域産業複合体ならびに内発型アグリビジネス等の概念とは異なっている。

それらと決定的に異なる点は、内発的発展論に基づく産業振興が「生産や営業の発展を地域内の需要にとどめる」ものであるのに対し、農山漁村型地域産業の場合は、地域内の需要に加え、「特定の大都市を主たるターゲットに設定し、その大都市の需要を、特定農山漁村地域内産業の有機的連携システムの躍動的稼働に対する起爆剤にするものであること」にある。

敷衍すると、できる限り圏域の地方中枢都市（札幌、仙台、広島、福岡、北九州）もしくは中枢都市（東京、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸）をターゲット都市に設定することと、そこにアンテナ・ショッブを設けること、そしてそのターゲット都市と当該農山漁

村地域との間にリレーションシップ・マーケティングを展開する点にある。したがってアンテナ・ショップを特産品販売のチャンネルの一つとして機能させるだけでなく、都市とルーラル地域との双方向情報の交換拠点としても機能させることにより、特産品のマーケティング5Pに関する改良・改善に役立てるとともに、当該地域の観光情報等を提供し、当該ルーラル地域の市町村への入込み促進を図るものであることにある。すなわちそのような手法で、当該都市の住民や各種経営体組織体との間に生涯にわたる相互依存関係に基づくマーケティングを展開することにある。

このような仕組みのもとで、第3次産業を大々的に展開することにより、第2次、第1次産業へと経済の波及を図るのである。このように、ターゲットとして圏域の中核都市以上の都市を巻き込み、戦略的仕組みを伴った地域内産業の有機的連携システムを、本稿では「農山漁村型地域産業」と呼ぶ。次の図1はその具体的モデルである。

ターゲット都市を（それも圏域の地方中核都市以上をターゲットに）設定することの優位性は、それによって顧客ニーズの把握が容易になり、それだけマーケティングの展開が的確になることにある。そのためターゲット市場を設定することはマーケティング戦略を展開する際の定石となっているのである。しかしながら、当「農山漁村型地域産業」のビジネス・モデルにおいてはそれは単なる定石以上の意味をもつ。以下にその根拠を提示しよう。

① くちコミが特定地域への入込みの最大の動機付け

これまで筆者が行ってきた調査結果では、特定地域（すなわち特定の中山間地の町や村）に対する入り込みの主たる動機付けは「くちコミ」である。平均的にみて、「くちコミ」が40%~50%、「マスコミのニュース（パブリシティ）」が20%前後でそれに続くのである。くちコミを有効かつ、効果的に発

生させるには特定の都市に集中的に情報提供するものが有効であり、得策である。そうすることによって情報の渦が起りやすいからである。

② 圏域の地方中核都市は全国市場への橋頭堡

地方中核都市は各業種の大企業の支店が集積しており、彼らの本社が立地する中核都市へのくちコミを通じた市場拡大が起りやすい。例えば豊後水道で獲れた同じアジ、サバが、愛媛県側の漁港で水揚げされ、「岬アジ、岬サバ」とブランド付けられ、人口50万の中核都市「松山市」の消費地に流れた。一方、大分県側の漁港で水揚げされ「関アジ、関サバ」とブランドづけられた同じアジが、人口130万人の地方中核都市「福岡市」の消費地に流れたが、結果は後者の方が全国ブランドとなったことはその一例である。

③ 地方中核以上の都市住民のほうが農山漁村地域への関心が強い

これ位の規模の都市になると、都市化の進展に伴い、次第に町からルーラル感が薄れてくる。反対にコンクリート、アスファルト、交通渋滞、排気ガス、喧騒、そして人込みにあふれ、その住民はほっと人間らしさを取り戻せるルーラル地域への回帰すなわち自然回帰を、顕在的・潜在的に求めるようになる。すなわちこの程度の規模の都市住民は、ルーラル地域への入り込みニーズが相対的に高いことが期待できる。

2 農山漁村型地域産業振興のためのマーケティング戦略のあり方

さて、以上のようなビジネス・モデルを有する「農山漁村型地域産業」を具体的に展開するには、その振興を目的とするマーケティング戦略の展開が必要となる。産業の振興にはマーケティング、それもマーケティング戦略の手法が有効である⁹⁾からである。

ただしそれは当然ながら、一般企業の実践

するそれとはやや異なり、次の諸点を特色とする展開が必要となる。

(1) 経営理念と経営方針

当該ルーラル地域の活性化すなわち「地域の賑わい感、住民の所得、生甲斐の向上による第1次産業従事者の就業意欲と定住意欲の向上」を経営理念とし、その実現のための経営方針としては、通常の企業のそれに加え、次の諸点が付加されている。

- ① 特産品の生産事業に加え、地域への入り込みを促進すべく、ツーリズム事業と絡めた、新たな視点に基づく「のう業」、「やま業」、「うみ業」への転換を図る。
- ② 当該地域内で経済の波及効果が得られる仕組みづくりを行うこと
- ③ 地域内の諸機関との有機的連携に基づき、地域ぐるみの対応を図る。
- ④ 地域ブランドの構築とそのエクウィティ化の促進
- ⑤ 農林水産業・農山漁村地域の振興に関する政府の施策の積極活用

(2) マーケティング調査

マーケティング調査には、企業力に関する調査（内部調査）と、経営環境に関する調査（外部調査）がある。この場合の調査項目は企業の場合とほとんど同じであるが、内部調査の「調査対象」に関して特色が見られる。すなわち農山漁村型地域産業の場合は「特産品」と「ツーリズム」の双方を対象とすることに特徴がある。また、外部調査の「調査対象」として、競合状況に関し、圏域のルーラル地域が展開する「農山漁村型地域産業」の特性について精査することと、政府が打ち出す地域振興（関連）政策についても精査することに特徴がある。

(3) マーケティング・ビジョンの決定

以上の経営理念と事業方針のもとで行うマーケティング調査で得たデータと経験に基

づき、マーケティング・ビジョンが決定されることになるが、農山漁村型地域産業の場合は、特産品とツーリズム両事業の相乗効果の創出を図るものであることに特色がある。

(4) 事業主体の確立・整備

農山漁村型地域産業の場合は、その経営を行う事業主体が確立されていないか、既に存在していても、確固たる事業体制になっていないことが多い。具体的な事業主体としては、次の経営組織体が担当することに特徴がある。

- ① 第3セクターの株式会社：商事会社として機能するもの
- ② 農協等、産業経済団体
- ③ 民間企業：稀ではあるが、既述の経営理念や経営方針を有する民間企業が担当している場合がある

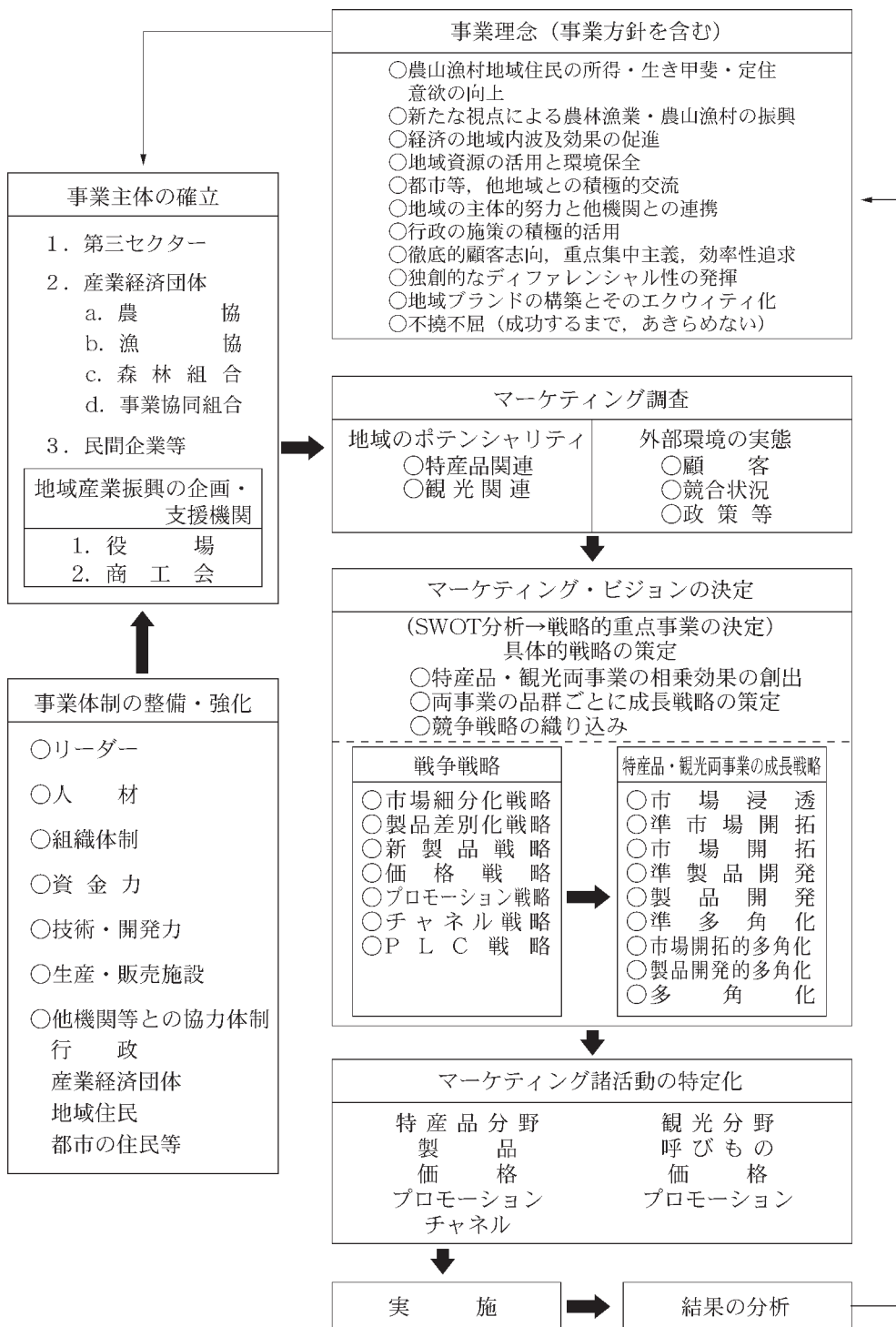
さらに、当該事業主体の経営力を補強すべく、役場、商工会、観光協会などが企画や財政面で支援する体制が求められる。事業のスケールの大きさ、事業主体がマーケティング戦略のノウハウに関し相対的に能力不足であること、事業に公共的色彩が強いこと等を鑑みると、地域ぐるみの取り組みが不可欠であるからである。

また、当該事業主体は経営基盤がかなり軟弱であることが多いため、その整備・強化を図ることも忘れてはならない。経営基盤としては図2に示すように企業における場合のリーダーから生産・販売施設に至る6項目に加え、「行政等、他の機関との協力体制」が付加されることも大きな特色である。

3 大山地域の農山漁村型地域産業におけるマーケティング戦略の実態

以上が農山漁村型地域産業と、その振興を図るために展開すべきマーケティング戦略の基本モデルである。ここで、九州地域でも、地域の産業振興を通じて地域の活性化に取り組んできた先進地の一つである、日田市大山

図2 農山漁村型地域産業振興のためのマーケティング戦略の体系



地域（旧日田郡大山町）における農山漁村型地域産業の構築様式，およびその振興を図るためのマーケティング戦略の実態について，上記基本モデルに沿って，考察することにする。以下，簡潔性を期すべく，それぞれの実態について箇条書きにて提示することにする¹⁰⁾。

(1) 農山漁村型地域産業の構築様式－3事業（運営）主体方式

1) 第3セクターが事業主体

- ① 第3セクターの(株)おおやま夢工房を事業主体とする
- ② 大山地域に複合観光施設「ひびきの郷」を設置
(温泉・ホテル・和風レストラン・休憩所兼食堂・体験工房・売店等)
(駐車場230台・バス5台 収容)
- ③ 道の駅「水辺の郷」
(物産館・洋風バイキングレストラン・観光案内版・公衆トイレ等)
(親木公園を付設)
(駐車場108台・バス5台 収容)

2) 行政が運営主体

アンテナショップとして福岡市愛宕浜に「おおやま生活領事館イン福岡」を設置
大山町（現日田市）が設立・運営

3) 農協が事業主体

- ① 物産館「木の花ガルテン」の設置：計7店
日田市：a 大山店（本店…大山町）
 b 日田店
大分市：a 明野店
 b わさだ店
 c 鶴見園店
福岡市：a 野間大池店
 b 西新店
・大分市の3店と福岡市の2店はいずれもアンテナショップ機能が期待できる

② 農家レストラン「オーガニック農園」の設置：計2店

特徴：大山地区のベテラン農家主婦の手作り田舎料理…バイキング形式

出店立地：「木の花ガルテン」大山店（本店）と
「木の花ガルテン」野間大池店にいずれも併設出店

・野間大池店の「オーガニック農園」はアンテナショップ機能が期待できる

(2) そのマーケティング戦略の実態

1) 事業理念と事業方針

- ① 事業理念については基本モデルとほぼ同一
- ② 事業方針については次の点で基本モデルとの乖離がみられる
a. 地域内主要機関との有機的連携
b. 徹底的顧客志向，効率性の追求

2) SWOT分析

A 機会（Opportunities）

- ① 九州地域の高速度道路体系の整備（九州自動車道，大分自動車道，福岡都市高速道路等を活用すれば90分程度）
- ② デカップリング制度の導入（中山間地域等，条件不利地域の農家に対する政府による直接的所得保障）
- ③ グリーンツーリズムの台頭
- ④ 道の駅制度の進展とそれに対する都市住民の認知
- ⑤ 食の安全，グルメ等，国民の食へのこだわりの台頭
- ⑥ 都市住民のストレスの増大

B 脅威（Threats）

- ① 輸入廉価生鮮食品（青果物・水産品）の市場浸透
- ② 大都市郊外型S Cの加速的出店

九州地域の農山漁村地域における産業振興戦略の実態

- ③ 他地域における農山漁村型地域産業の台頭
- ④ 海外旅行熱が依然として高い
- ⑥ 経済の長期低迷
- ⑦ わが国総人口の減少傾向と高齢化
- C 強み (Strengths)
- ① 魅力的景観 (ひびき溪谷, 河川)
- ② 観光商業施設の設置 (ひびきの郷, 道の駅・親水公園つき)
今期の売上高予想
ひびきの郷 37,000万円
道の駅 35,000万円
- ③ 第三セクターの株式会社 (おおやま夢工房) の設立: 観光商業施設の事業主体
- ④ アンテナショップ (おおやま生活領事館in福岡) の設置 (福岡市内: 愛宕浜)
農協による「木の花ガルテン」の設置 (福岡市内: 野間大池, 西新)
- ⑤ デカップリング制度の導入 (おおやま夢工房が, 産直事業所用に地元農家から市場価格にかかわらず, 一定の高価格で青果物を買上げる)
- ⑥ 車の通行量大・国道212号 (1日平均台数, 平日: 7,404台, 土日: 7,586台)
- ⑦ 有機栽培の地域内普及 (大山の町ぐるみで, ISO9001を取得)
- ⑧ 現在10数軒の農家が農家民宿に着手
- ⑨ 道の駅の店長職と, 付設レストランのシェフ職, 支配人職に, 人を得ている
- ⑩ 「ひびきの郷」に温泉があること (来訪者の65%が入浴目的)
- ⑪ 利用客の「ひびきの郷」に対する評価 (総合点) はかなり高い
「大変良い」: 27%, 「やや良い」: 33%, 「普通」: 33%
- ⑫ 利用客の「ひびきの郷」への再訪の意思が強い
「必ずまた来る」: 50%, 「ついでがあればまた来る」: 42%
- ⑬ 利用客の「道の駅」の商品に対する満足度は高い。「大変満足」: 33%, 「やや満足」: 38%, 「普通」: 25%
- ⑭ 利用客の「道の駅」のトイレに対する評価は高いほう。「大変清潔」: 27%, 「やや清潔」: 25%, 「普通」: 31%
- ⑮ 利用客の「道の駅」に対する評価 (総合点) は非常に高い
「大変良い」: 21%, 「やや良い」: 50%, 「普通」: 23%
- ⑯ 利用客の「道の駅」への再訪の意思が非常に高い
「必ずまた来る」: 49%, 「ついでがあればまた来る」: 49%
- D 弱み (Weaknesses)
- I 「ひびきの郷」および行政関係
- ① アンテナショップが機能していない
「おおやま生活領事館in福岡」の来場者数: 1日平均10人
・立地条件よくない ・駐車場3~4台程度 ・生鮮物を取り扱っていない
- ② 農協と行政機関との有機的連携の欠如
すなわち, 「木の花ガルテン」と「ひびきの郷」においてお互いの相手に対するプロモーションが見られない
- ③ おおやまの「道の駅」と「ひびきの郷」はいずれも行政側の施設であるが, お互いに対するプロモーションが見られない
- ④ 「ひびきの郷」の各施設は感動を呼ぶほどの魅力性に欠ける
- ⑤ 以上の結果, 「ひびきの郷」各

山 本 久 義

	14年度 (11月～3月)	15年度	16年度	17年度 (4月～7月)
・お宿「あさもや」の客室稼働率：	72.9%	58.1%	57.9%	40.7%
・レストランひびき 客数（人）：	23,465	42,373	35,396	8,181
売上高（百万円）：	46.6	93.6	84.3	22.4
・なごりの湯 客数（人）：	60,035	129,597	117,786	37,801
売上高（百万円）：	27.0	61.7	56.7	19.0

施設の利用客数・売上高等の減少傾向

⑥ その他（以下、「ひびきの郷」を対象）

- ・施設内での、各施設の位置を示す表示（サイン）不足
- ・施設内の各施設に固有名称をつけすぎて覚えられない
- ・レストラン「ひびき」や、2階の休憩室兼食堂「せせらぎ」でのメニューに、大山特産の「梅」をテーマにしたメニューが不在
- ・ホテル「あさもや」の料金が安い
- ・「ひびきの郷」の駐車場と道路の夜間照明が暗すぎ、車の運転に危険
- ・主たるターゲット都市である福岡市からの来客が21%
北九州市（7%）、久留米市（9%）、福岡県他市町村（22%）、日田市（15%）
- ・当施設内の価格：内容に比して「普通」が61%と相対的に多い
大変安い（4%）、やや安い（13%）、やや高い（7%）
- ・係員のサービス：「普通」が51%と相対的に多い
大変親切・温かい（20%）、やや親切（20%）、やや不親切（2%）

II 「道の駅」関係

- ① 駐車場の収容力が相対的に小さい（国道から入場待ちの車が多い。しかも駐めにくい）

② 大山地区の農家の出品が少ない（大部分が日田の農家の出品であり大山ブランドを求めて来た顧客に不満を与えている）

- ③ 物産館内の照明が暗い
- ④ 物産館の外に休憩用の日陰になるものが少なすぎる（アメニティ不足）
- ⑤ 青果物のなかに鮮度の落ちるものが混じっている
- ⑦ ショッピングカード不足と、駐車場まで持ってゆけることの周知徹底不足
- ⑧ 付設の洋風バイキングレストラン「食賓館」の存在が分かりにくい
- ⑨ 「食賓館」は顧客の食後の後片付けが遅く、見栄えが悪い
- ⑩ 「食賓館」は時間帯によっては混雑し、入る気がしない
- ⑪ 「食賓館」のメニューが少ない。油ものが多い
- ⑫ 日田市大山町のみの特化した観光施設の大型案内板の欠如
- ⑬ 地産池消を提唱しているのにタラバガニやオマールエビが売られている

III 両施設に共通する弱み

- ① 日田インターを降りてから大山町に着くまでの道路案内不足
そのため、初めての客には分かりにくいし、大山に着くまで不安
- ② 従業員の笑顔不足（一部の幹部職員のみできている）

結論

大山地域は農協と行政という二つの機関が事業主体となり、それぞれが農山漁村型地域産業の概念にのっとり、事業の棲み分けを図る形で産業振興策をとることにより、他地域の手本となるような活力を提示している。

ただし、行政側の第三セクターによる事業展開に対し、やや閉塞感がみられる。その打開策としては、農協と行政の両機関が有機的協力関係の構築に向けて努力することと、地域内の観光商業施設の「製品」内容を中心としたマーケティング・ミックスを、本論で提示したマーケティング戦略の基本路線どおりに実践することである。

そのためには、とりあえず、上記SWOT分析中の、強み（S）をますます強化することと、弱み（W）の是正・強化に鋭意努力することから始めるべきである。

さらに旧大山町が、福岡市内に設けた、アンテナショップ「おおやま生活領事館in福岡」の運営を、第三セクターの(株)おおやま夢工房が管轄し、立地移転と生鮮野菜等をも販売できる体制作りを行って、アンテナショップとしての機能を十分発揮するように改善することが必要である。

そして日田ブランドの牽引役になるほどのブランド力を発揮して欲しいものである。

註

- 1) 働ふるさと情報センター編『改訂版・中山間地域ハンドブック』大成出版社、1999年、による次の定義を参照されたし。

農林統計上の定義

農業地域類型	基準指標	市町村
都市的地域	人口密度が500人/km ² 以上、DID面積が可住地5%以上を占める等、都市的な集積が進んでいる市町村。	720
平地農業地域	耕地率20%以上、林野率50%未満または50%以上であるが、平坦な耕地が中心の市町村。	758
中間農業地域	平地農業地域と山間農業地域の中間的な地域であり、林業率は主に50～80%で、耕地は傾斜地が多い。	1,022
山間農業地域	林野率80%以上、耕地率10%未満の市町村。	735

注：①1995年農業センサスによる分類

②決定順位 都市的地域→平地農業地域→中間農業地域→山間農業地域

③DID（人口集中地区）とは、人口密度約4,000人/km²以上の国勢調査地区が幾つか隣接し、合わせて人口5,000人以上を有する地区を言う。

資料：働ふるさと情報センター編『改訂版・中山間地域対策ハンドブック』大成出版社、1999年

2) 農林水産省編『食料・農業・農村白書 平成16年度』(働農林統計協会、2005年、p.60。

3) Ibid. p.11.

4) Ibid. p.208.

5) 大田猛彦「水源地域としての中山間地」田淵俊雄・塩見正衛 編著『中山間地と多面的機能』農林統計協会、2002年、p.22。

6) 今村奈良臣「新たな価値を呼ぶ、農業の6次産業化」『地域に活力を生む、農業の6次産業化』21世紀村づくり塾、1998年、p.2。

7) 斉藤 修「地域内発型アグリビジネスの展開条件と戦略」小野誠志編著『国際化時代における日本農業の展開方向』筑波書房、1996年、p.42。

8) 宮本憲一『現代の都市と農村』日本放送出版協会、1982年、pp.204～244。

9) 山本久義『ルーラル・マーケティング論』同文館、1999年、pp.46～50。

10) 筆者が平成16年7月から～17年8月にかけて行った同地域の実態調査に基づく。

研究報告執筆者

稲 永 健太郎	(本学情報科学部 講 師)
国 狭 武 己	(本学経営学部 教 授)
江 口 傳	(本学経営学部 元教授)
齋 藤 實 男	(本学商学部 教 授)
平 野 英 一	(本学商学部 助教授)
山 本 久 義	(本学商学部 教 授)

平成18年2月25日 印刷

平成18年3月1日 発行

編集兼発行人 伊 東 斌

発 行 所 九州産業大学
産業経営研究所

〒813-8503 福岡市東区松香台2-3-1

TEL 092-673-5945 (直通)

FAX 092-673-5045

印 刷 所 よ し み 工 産 (株)

〒804-0094 北九州市戸畑区天神1-13-5

TEL 093-882-1661

FAX 093-881-8467

JOURNAL of INDUSTRY and MANAGEMENT
of
INDUSTRIAL MANAGEMENT INSTITUTE

NUMBER 38

MARCH 2006

- A Study of Information Dissemination by Regional Companies in Kyushu that Use ICT
.....Kentaro Inenaga..... 1
- Green-Management of Forests and Living Environment in Kyushu (Last)Takemi Kunisa..... 21
Tsutae Eguchi
- Green Self-Sufficient Cities in Kyushu IslandJitsuo Saito..... 81
: Environmentally Friendly Activities for Securing Sufficient Supplies for Water,
Foods, and Wood Products
- Trends and Characteristics of Fukuoka's MarketEiichi Hirano..... 113
: For the Success of Fukuoka's Distribution Business
- The Present Status of Marketing Strategies for Industrial VitalizationHisayoshi Yamamoto..... 147
in Rural Kyushu

INDUSTRIAL MANAGEMENT INSTITUTE, KYUSHU SANGYO UNIVERSITY
