

## 福岡県におけるタケノコ産地の動向と今後の課題

九州大学農学部 興梶 克久  
 日本製紙株式会社 大淵 成啓  
 九州大学農学部 岡森 昭則

## 1. はじめに

国内のタケノコ生産は、竹林改良の進展や国民生活の食生活の変化に伴い、1970年代に生産量が大きく拡大し、80年代前半に安定期へ移行した。しかし、85年以降の円高の下、安い中国産タケノコ缶詰の輸入が急増し、タケノコ産地に大きな影響を与えている。特に国内生産量の21%を占める福岡県(91年で23千t)では事態は深刻である。

そうした中、福岡県内の2つの産地が対照的な動きを見せている。八女郡立花町では生産が縮小しているのに対し、北九州市合馬地区ではそうした逆境の中で生産を拡大しているのである。

そこで本稿では、旧来産地・立花町と新興産地・合馬地区の両産地の比較を通じて、タケノコ生産をとりまく状況の変化に対する産地側の対応を整理し、今後の産地形成の課題について検討したい。

## 2. 旧来産地の動向 — 立花町 —

立花町は福岡県の最南端に位置し、人口は14千人で農業中心の町である。本町は伝統的にミカンの栽培が盛んであるが、1960年代後半以降のミカン価格低迷により、キウイフルーツの導入とタケノコの増産が進められてきた。福岡立花農協のタケノコ集荷量の6割を占める辺春支所を例にとると、集荷量は70年の2,271tから80年には5,584tに倍増した(図-1)。

本町で生産されたタケノコは、その大半が農協の各支所毎に集荷されている。93年の総集荷量は4,198tで(図-2)、うち青果用は1,044t(24.9%)で青果市場に出荷され、残りは農協直営の3工場で缶詰、真空パックに加工されている。

青果市場への出荷は、県内産地間の競争を避けるために園芸連が出荷先を割り当てており、立花農協の場合は関東が77%(91年)を占めている(表-1)。なお、平均単価は198円/kgである。

また加工工場は、タケノコのほかミカンの加工も行っており(辺春工場はタケノコのみ)、工場内部で労働力を季節的に移動させる方式をとっている。また、白木工場ではエフコープ等消費者との提携により真空パック詰めを行っている。なお、加工用原料の仕入については約8割を町内産に依存し、残りは大牟田市、高田町、矢部村、佐賀県から仕入れている。

本町のタケノコ経営の特徴は、まず第1に、品質向上を目指した集約的な経営よりも、むしろ粗放的な経営がなされてきたことにある。すなわち、親竹の密度管理や施肥といった必要最小限の竹林管理にとどめ、客土やうら止めなどは行わず、単位面積当たり投下労働量が少なくなっている。福岡県農業計画の営農類型策定表によると、単位面積当たり労働時間は98時間/10a・年が事例に挙げられている。

また第2の特徴は、タケノコの収穫時期が他地域に比べて4月に集中していることである。辺春支所の旬別集荷割合をみると(図-1)、3月下旬までの集荷割合は4%(91年)にすぎず、さらに近年は4月中に集荷を打ち切る傾向にある。本町の場合、青果用の集荷は4月上旬以前に限られているため、結果として加工用の占める割合が高くなっているのである。また、本町の農家(販売農家1,793戸、90年センサス)の75%はミカンを栽培し、従ってタケノコ生産者の大半がミカンの複合経営を行っているが、このことがタケノコの収穫時期にも影響している。2~3月はミカンの剪定作業が入るが、そうしたミカンの労働配分は前出の営農類型策定表によると2・3月は総労働時間の87%、78%がミカンで占められ、逆に4月は83%がタケノコで占められるという関係になっている。

このように本町の場合、生産農家の経営方針は良質品生産よりも量の確保を第一としており、加工用タケノコの大量供給基地として発展してきたのである。

さて、円高が進行する85年代後半に安い中国産缶詰の輸入が急増し、加工用タケノコの生産環境が厳しく

なる。全農の推定によると<sup>1)</sup>、92年の全農販売価格に比べ、中国産缶詰の1次店渡価格はホールAで2,000～2,500円安く(図-3)、価格競争力の弱い国産品の生産量は85年の430万缶から92年には130万缶へ大幅に縮小した(図-4)。福岡県でも86年の57万缶から92年には35万缶に減少した。

従って加工用生産が主体の本町では、図-1及び2のように集荷量が88年の9,058tから93年には4,198tへ大幅に減少しており、従って原料の8割を町内産に依存する農協缶詰工場の生産も縮小に向かわざるを得ない状況になっている。つまり、加工用タケノコの大量供給という当産地の存立条件が崩れかけているのである。

こうした中、生産農家においては、前出の営農類型策定表では所得率が26%にとどまり、自家労賃部分も確保できない状況になっており、生産意欲が後退している。その具体的な表れが、集荷量の大幅な減少である。ただし、生産者数(現在1,150人)は往時の20%程度の減少にとどまっているが、近年、加工用タケノコの集荷が4月中に打ち切られる傾向がでてきている。こうした本町のタケノコ生産量の減少は、個別経営内でのタケノコ部門の縮小が全般的に進んだことの結果であり、その要因となったのが高齢化・労働力不足問題であるといえよう。さらに91年の台風災害(被害面積300ha、被害面積率30%)による経営基盤の劣弱化が生産意欲の減退に拍車をかけている。

### 3. 新たな産地形成への取り組み

#### — 合馬地区 —

北九州市の竹林面積は1,197ha(1992年)で全国一を誇り、タケノコ生産量は1,715t(91年)である。生産量は85年の2,917tに比べて41%減少したが、青果率は数量比で28%(85年)から32%(91年)に上昇し、青果販売額比は44%(85年)から68%(91年)へ大幅に上昇している。特に関西市場への青果用の出荷は85年の130t、51百万円から91年には245t、132百万円へ倍増している。その9割を占めるのが「合馬だけの出荷組合」である。

本組合は北九東部農協林産部会(青果向専門班)内に「たけのこ遠隔地出荷組合」として85年に発足し、90年に名称変更して現在に至っている。構成農家数は現在48戸(うち合馬地区42戸)である。79年に10戸程の農家が大阪市場へ青果用タケノコを共同で出荷し始め、85年には111tとなり、以後着実に増加して92年には279tとなっている(表-2)。

このように本組合では、中国産との価格競争を見越して生鮮への切り換えを行い、いち早く生鮮への需要が大きい大阪市場への出荷を開始した。そして、87年からは北九州市が本格的に支援するようになる。

本市は低迷の続く「鉄鋼のまち」のイメージからの脱却を図るため、地域活性化の先導役にタケノコを選び、87年に「北九州たけのこ振興対策協議会」を設立した。翌年には具体的に生産・販売体制の展開目標を提示している<sup>2)</sup>。すなわち、生産体制については①後継者育成と出荷組合組織の強化、②生産基盤と技術の強化、③集出荷体制の強化を挙げており、販売体制については、④出荷先の再検討、⑤商品性向上、⑥消費者へのPRを挙げています。また、⑦新たな竹材資源利用の拡大も提案されている。この基本方針を基盤に、市、農協、森林組合、生産者が一体となって、高品質青果用タケノコ産地化への取り組みが本格化する。それを上述の項目別にみよう。

①八幡農林事務所が90年に行った本組合員アンケート(配布47名、回収率68%)によると、平均年齢は51歳(47名中19名が40歳以下)で、60%の組合員が後継者がいると答え、比較的若い後継者が育っている。また、出荷者数は87年の30名から88年には42名、89年46名、90年48名となり、組織規模が拡大した。

②林産集落振興対策事業等の利用によって経営基盤の整備が進み、合馬地区の竹林330haのうち現在100haが改良を終え、作業道は90年は917m、91年は500mが整備された。また当地区の竹林は立花町に比べ傾斜が緩く、粘土質の赤色系土壌が広がっている。従って収量増加、品質向上を狙った客土が技術的に容易であり、90年には0.31ha、91年0.6ha、92年4ha実施されている。さらに市によって技術講習会(88～90年)が開かれ、生産者の中で「できる」から「つくる」への意識改革、すなわち集約的経営へ志向が浸透しつつある。前出の営農類型策定表の単位面積当たり投下労働量は、237時間/10a・年が事例に挙げられている。

③集出荷体制の円滑化のため、89年に新林構事業によりタケノコ集出荷施設が新設された(440㎡、事業費54千円)。これによって特に3月中の出荷量が飛躍的に増加した。すなわち、85年を100とすると、88年は193、89年596、92年730となっている。また、品質管理体制も強化され、箱詰の段階での抜き打ち検査は年々厳しくなり、92年は無注意はわずか8名であった。このため、A品の出荷量割合は92年で13%(表-3)と伸び悩んでいるほどである。また関西市場へはトラックで7時間程度で翌日販売に有利であり、85年から既に実行に移された。

④奈須らの報告<sup>3)</sup>にもみられるように本市を中心とする青果用タケノコは比較的高い単価で取り引きされているが、特に本組合は91年は554円/kgで本市平均の372円/kgを大きく上回っている。本組合出荷の青果用タケノコが関西市場で高い評価を得ているといえる。さらに、88年からは、大阪市場より取引単価が高

く、高級生鮮品の本場でもある京都市場への出荷を開始した。表-4のように、92年の京都市場への出荷割合は40%までに高まり、平均単価は563円/kgと大阪向け477/kgに比べ高い。

⑤品質管理の強化をはじめ、絶対的に数量の少ない特選品・A品に5kg箱を設けたり、箱に本数表示を施すなど商品性向上に努め、市場側から好評を得ている。

⑥89年にブランド名を「合馬たけのこ」とし、京都産の代用品としてのイメージの払拭に努めつつ、テレビ等メディアを通じて消費者への商品アピールを積極的に行っている。90年には2~4月に6回テレビ放映された。

⑦既に民間の観光タケノコ園があり、消費者との交流が行われ、また北九州市森林組合では77年よりエツリ竹やトンネル竹を加工販売している。今後、総合型林構事業（92~95年度）によって、観光タケノコ園（10ha）を新たに設立し、森組に竹炭窯が導入されることになっている（生産計画26t/年）。又、民間企業による新方式の竹炭窯の開発も進んでいる。

#### 4. まとめ

現在、中国では1,400万缶のタケノコ缶詰が生産され、うち900万缶（64%）が日本へ輸出され、またタイからの輸入も増加している。そうした強い輸入圧力の下、合馬産地が台頭してきた要因を整備すると、①高品質青果用の生産にいち早く切り換えて輸入品との棲み分けを図ったこと、②京都や徳島等国内産地間競争に打ち勝つために積極的な市場対応が可能な主体の形成に努めたこと、③労働集約化の下での個別経営の安定化、④行政の積極的な支援、⑤地域資源としての竹林の総合的活用、となる。

これらは、立花産地が後退する過程と今後の課題を考察する上で、重要な意味を持つものと思われる。

まず①に関して。1980年代以降、中国からの輸入が急増する中で、合馬産地は高品質青果用の生産を拡大することで対処してきたが、立花産地では加工用の生産を大幅に縮小して対応した形になっている。今後、立花産地では青果用の生産を拡大する方向に向かわざるを得ないが、その際、合馬産地のようにシロコタケノコを中心とする高級品を生産することは、地形・土壌条件等技術的に困難とされている。従って中級品以下を出荷時期の調整によって有利に販売する体制を確立する必要があると考えられるが、ミカンとの労力面での競合という課題が残る。

迅速な市場対応は②によって可能であり、合馬産地では市や農協に後押しされた出荷組合が産地形成の主体となり、しかもそれは生産者の自主性が強い。一方立花産地では、個別経営内でのタケノコ部門の縮小が

広範に起こり、生産意欲が後退した生産者の方から新たな産地形成のエネルギーを得ることが難しくなっている。ここでは農協の果たす役割に大きな期待が寄せられているが、その農協の80年代後半以降の対応が硬直的であったことは否めない。

いずれにせよ、産地形成の基盤には③があり、合馬産地では収益性の向上のもとで比較的若い後継者が残っているのである。立花産地では、台風災害によって劣弱化した経営基盤の復旧が当面の最重要課題となるが、長期的にはこれまで希薄だった品質管理を強化して低収益性を克服することが課題である。

④に関して、合馬産地では行政の支援によって産地形成への取り組みが本格化したことは前述した通りである。立花産地では既に研究機関による青果用生産拡大の研究・指導が活発化しつつあり、またタケノコはミカン、キウイフルーツに次ぐ地域資源として位置づけられているため、今後、行政機関による一層の支援が望まれるところである。

最後に⑤に関して。合馬産地については前述した通りであるが、立花産地においても生け花用竹の販売や竹炭工場（第3セクター、94年操業）など、既に竹林資源を多面的に活用する試みが始まっている。これはタケノコ生産の縮小と集約化にともなう管理外竹林の増加に対応するものと同時に、竹林保有農家の新たな収入源となり、その事業量の拡大が期待される。

#### 引用文献

- (1) 全国筍生産振興協議会・全農園芸販売部：たけのこ情報，pp. 14, 1993
- (2) 北九州たけのこ振興対策協議会：北九州市のたけのこ振興に関する報告書，pp. 51, 1988
- (3) 奈須鉄也他：日林九支研論，45, 263~264, 1992

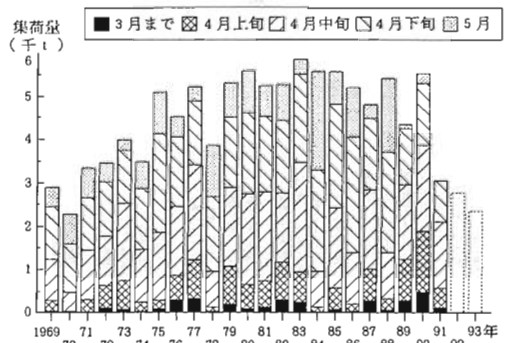


図-1 福岡立花農協協春支所の旬別タケノコ集荷量  
 注1) 福岡立花農協資料より作成。  
 2) 1992~93年は合計のみ表示。

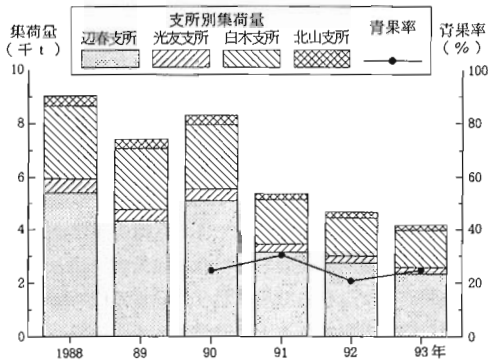


図-2 福岡立花農協のタケノコ集荷量の推移。  
注) 福岡立花農協資料より作成。

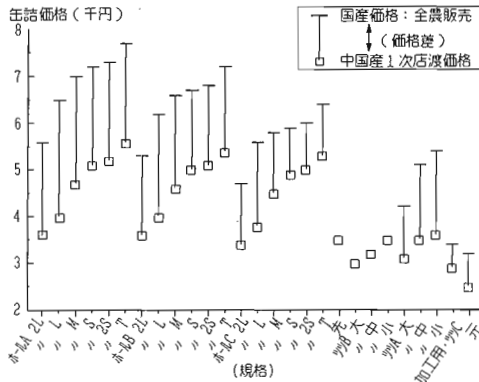


図-3 中国産タケノコ缶詰と国産缶詰の価格差  
(1992年)  
注) 全国旬生産振興協議会・全農：たけのこ情報、9  
~10、1993より作成。

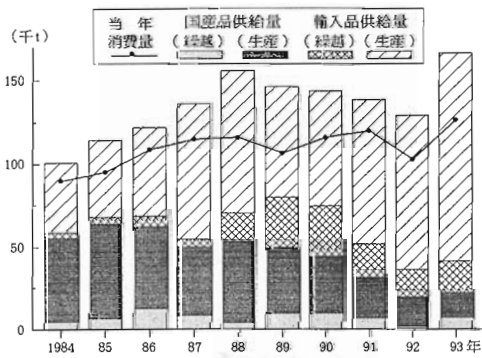


図-4 タケノコ缶詰需給量の推移(全農推計による)  
注1) 全国旬生産振興協議会・全農：たけのこ情報、  
7~8、1993より作成。  
2) 大缶(=18リットル缶、11kg)と丸缶(16.8kg)の  
比が6対4と仮定する。

表-1 福岡立花農協の青果市場向けタケノコ出荷先  
別販売高(1991年)

出荷先	数量(kg)	構成比(%)	金額(千円)	平均単価(円/kg)
東京都	783,783	51.1	166,241	212
北関東	144,190	9.4	26,239	182
南関東	257,986	16.8	47,621	185
中部	158,964	10.4	28,901	182
関西	171,434	11.2	30,982	181
中国	11,656	0.8	2,701	232
九州	4,367	0.3	984	225
合計	1,532,380	100.0	303,668	198

注) 福岡県園芸連資料より作成。

表-2 合馬たけのこ出荷組合の青果市場向けタケノコ  
出荷量・額・平均単価の推移

年	出荷量(kg)	販売金額(千円)	平均単価(円/kg)
1985年	111,208	46,928	379
86	111,451	40,903	367
87	196,542	79,993	407
88	222,420	83,408	375
89	231,680	82,015	354
90	289,718	111,045	393
91	224,404	124,352	554
92	278,655	142,536	512

注) 合馬たけのこ出荷組合出荷反省会資料より作成。

表-3 合馬たけのこ出荷組合の青果市場向けタケノコ  
等級別出荷状況(1992年)

等級	出荷量		金額		平均単価(円/kg)
	(kg)	(%)	(千円)	(%)	
特選	300	0.1	404	0.3	1,348
A品	36,414	13.1	38,095	26.7	1,046
B品	97,491	35.0	56,467	39.6	579
C品	100,386	36.0	33,970	23.8	338
D品	21,130	7.6	4,225	3.0	200
E品	22,934	8.2	9,368	6.6	408
合計	278,655	100.0	142,529	100.0	511

注) 合馬たけのこ出荷組合出荷反省会資料より作成。

表-4 合馬たけのこ出荷組合の青果市場向けタケノコ  
旬別出荷量・単価(1992年)

月	出荷量(kg)		平均単価(円/kg)	
	大阪市場	京都市場	大阪市場	京都市場
12月中旬	66	40	3,177	3,050
	164	80	3,131	3,298
1月中旬	136	56	1,328	3,557
	46	52	2,326	2,269
2月上旬	20	-	2,930	-
	38	42	1,826	3,169
2月中旬	336	328	2,413	2,470
	1,302	1,346	1,697	2,100
3月上旬	5,064	4,132	1,380	1,689
	20,100	19,464	791	1,025
4月上旬	50,847	31,841	432	391
	44,280	32,305	378	396
4月中旬	36,255	19,195	310	272
	9,075	2,025	330	296
合計	167,729	110,906	477	563

注1) 合馬たけのこ出荷組合出荷反省会資料より作成。

2) 12月中旬はそれ以前も含む。