

熊本県田浦町における川野夏橙 (甘夏ミカン)の主産地形成

西田久仁穂・三池差弥・高木仲友
(熊本県果樹試験場)

NISHIDA, K., MIKE, T., and TAKAKI, N.
Kawanonatudaikai Production in Tanoura Town, Kumamoto Prefecture

1 川野夏橙が田浦町に導入された自然的社会的 条件

田浦町は八代市から南へ約20kmの八代海沿岸に位置し、地形は複雑な急傾斜の山林が多く、総面積3,347ha中80%を占めている。気候は概して温暖で、冬期最低気温0.5°C、9時測定年平均気温は16.8°Cであり、海岸線地帯はほとんど無霜地帯である。

昭和33年現在における農業部門の主体は水稲で、その経営規模別農家戸数は第1表のとおりであり、1農家平均所得は13万円程度であった。

第1表 経営耕地面積別農家数
(田浦町調査 昭和33年)

区分	総数	30 a	30	50	1	1.5	2 ha
		未満	50 a	1 ha	1.5ha	2 ha	以上
農家数	717	283	146	242	43	4	1
構成比	100%	39.4	20.3	33.7	6.0	0.5	0.1

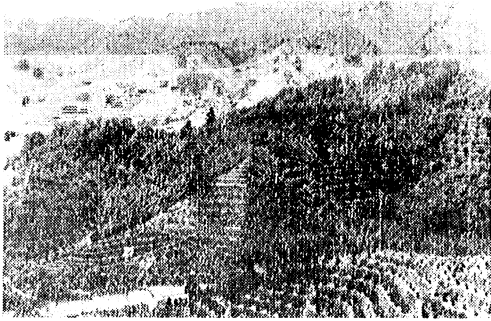
町はこのような零細農の規模を拡大するために昭和26年以来約51haの国有林の所替替え(払い下げ)を実施した。これらの用地は一部を除いて大部分が川野夏橙の植栽に当てられている。またこの事業に合せて昭和27年から30年にかけて総額838,720円の苗木に対する補助金を交付し、川野夏橙を町の産業振興計画の大

きな柱としてその増殖を計った。引き続き構造改善事業実施に当たって、温州、雑カンを含めて300haのカンキツ園を昭和46年までに造成し、1農家粗収入を67万円まで向上する目標をたてた。

2. 主産地形成の経過

(1) 川野夏橙の導入と産地体形の確立

昭和24年、カンキツに関する夏季大学によって、夏橙に対する関心が強まり、鶴田源志氏らが中心となつて、全国の優良系統の調査を行なつた。その結果、大分県原産の川野夏橙が最も田浦に適するものとして着目し、同氏ら4名によつて導入に踏切り、苗木養成に着手した。その後田浦を川野夏橙の集団産地として育成するために広く同志を募つて組織の拡充を計るとともに、1農家1,000本運動を提唱し、「甘夏十得」という標語を掲げて奨励につとめた。その後前述のごとく町当局の甘夏振興のための行政措置等もあつて、昭和25年には同志30名、30年には300名、面積25.6ha、栽培本数3万本、31年には共同出荷、売上高44万円、40年には同志550名、面積247.7ha、栽培本数20万本、生産量2,007t、売上高16,267万円にまで増加し、導入後16年にして現在の川野夏橙主産地としての体形を整



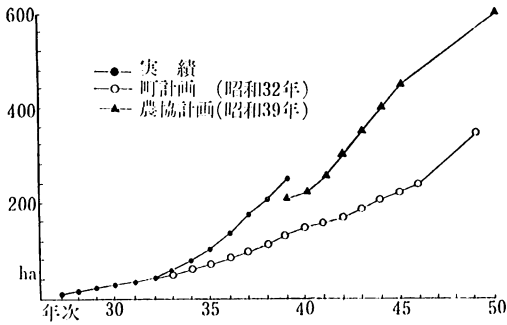
第1図 田浦町の川野夏橙園

え、町の主要産業となった(第1図)。

(2) 面積の推移(計画と実績)

昭和27年には4.4haにまで伸びその後の経過は第2図に示すとおりである。

第2図 植栽面積の推移実績計画



このような面積の伸びは昭和25年から28年までは主として熟畑が転換され、28年から32年まではその上下の山林および水田、32年以降は果振法によって未墾地の取得資金あるいは山林開墾資金が容易に借入できるようになったため主として山林の中腹から上方へ向って伸びている。

(3) 生産量の推移(計画と実績)

昭和30年以前は個人出荷であつたため詳細な数量は

第2表 生産量推移の計画と実績

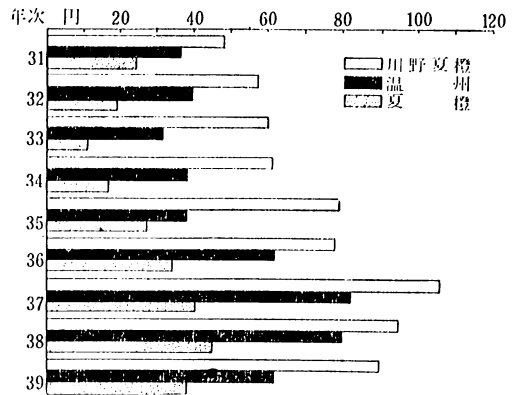
年次	実績	町計画		農協計画	
		t	t	t	t
31	9				
32	30				
33	31				
34	89				
35	171				
36	283		260		
37	386				
38	711				
39	2,007				2,000
41			2,684		4,650
43					10,463
46			7,654		
50					22,988

不明であるが、31年以降の生産量は第2表に示すとおりである。

(3) 市場拡大と販路体勢

昭和31年には生産量が9tを越えるに至つたので、果樹組合によつて全量共同販売に踏切つた。しかし川野夏橙は当時市場では全く未知の果実であつたので、出荷に先だつて熊本市内の市場で、市場関係者、報道関係者による試食会を行なつた。さらに昭和34年には東京神田市場、39年には大阪市場で同様な試食会を行ない、それと同時に新聞広告、ポスター、あるいはテレビ、ラジオ等すべての広報機関を通じて消費者に川野夏橙に対する認識を深めさせ、さらに良心的選果、集中出荷、全国に先がけてのセロファン紙による化粧包装などによつて市場での川野夏橙の地盤を築いていった。昭和31年~39年の卸売価格は第3図に示すとおりである。

第3図 川野夏橙、温州、夏橙の卸売価格(kg当り)

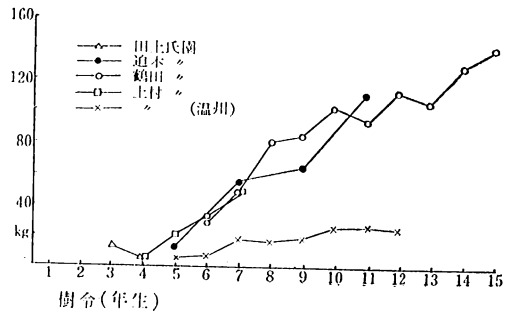


選果施設は生産量の増大とともに大型化し、昭和39年3月には毎時7.5tの選果能力を有する光電式選果機を導入、40年3月には冷房式貯蔵庫を建設した。

4. 川野夏橙の経済性

樹令別1樹当りの収量は第4図に示すとおりであ

第4図 樹令別収量の変遷



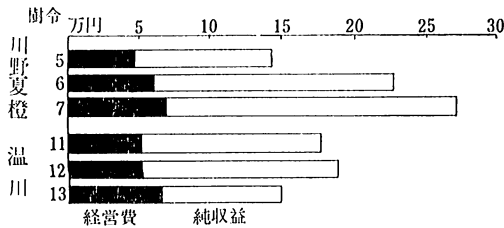
る。川野夏橙は温州に比べて極めて収量が多く、鶴田氏、上村氏の園では6～10年生樹で2.6～4.8倍の収量を上げ、植栽時から10年間の累計平均収量で3.7倍の収量になり、各園ともこれとほぼ同等の収量を上げている。これを39年産kg当りの価格と比較してみると第3表のようになる。

第3表 川野夏橙と温州の粗収益性（1樹当り）

樹令	収量 (kg/本)		価格 (kg/円)		A/B
	川野夏橙	温州	川野夏橙 (A)	温州 (B)	
5		5.7		356	—
6	28.1	7.6	2,518	472	5.3
7	48.4	18.4	4,337	1,148	3.8
8	79.9	16.7	7,159	1,042	6.9
9	83.3	17.7	7,464	1,105	6.8
10	103.8	25.3	9,211	1,579	5.8
11	93.0	25.9	8,333	1,616	5.2
12	111.8	24.4	10,017	1,523	6.6

上村氏の園10a当り川野夏橙100本植、温州127本植の園10aについてみたものが第5図である。

第5図 川野夏橙と温州の収益性



この園は川野夏橙、温州とも経営費にはほとんど差はなく、5～7万円を要しているにもかかわらず、純収益では温州を大きく上回る収益を上げている。

5. 川野夏橙栽培上の問題点

(1) 施肥基準

施肥基準の設定に当っては果樹試験場が中心になつて温州の吸肥量、現地川野夏橙園の実態調査をもとに、樹勢、収穫量から樹令別施肥量を決定した。特に施肥過多にならないように注意し、最高限度を10a当りN成分50kgに定めた。またリン酸を多くして外観、品質の向上をねらい、礫の多い土質であるために有機質肥料の割合、施肥回数を多くして、肥料の欠乏、あるいは過多にならないようにすることを主眼とした。

(2) 収穫期の決定

果樹試験場で果実中の全糖およびクエン酸を時期別に分析した結果、全糖は2月下旬に7%を越え、クエン酸は2月中旬に2%以下になり、その後も引き続いて全糖は増加し、クエン酸は減少する。一方スアガリ現象は3月下旬～4月上旬に軽度のを認めるの

で、両者を勘案して収穫適期は4月上旬に決定した。

(3) 摘果

川野夏橙は果実の大きさによる価格の差は温州より大きく、昭和39年産の階約別1果当り農家手取り価格は第4表のようである。このために、7・8月に収穫時の2S以下の小果を判定するための摘果尺を考案して、これを基準にした摘果運動を推進している。

第4表 1果当りの農家手取り価格（39年）

階級	3L	2L	L	M	S	2S
価格	45円	42	39	28	19	12

6. 総括および今後の問題

昭和24年、夏橙の優良系統の調査に始まり、その結果鶴田氏ら数名の同志によつて導入された川野夏橙も、急傾斜地の克服、適正経営規模の設定、省力化、全量共販の堅持等幾多の問題をかかえながらも16年後は現在の姿に発展し、しかも農家の増植意欲は衰えず、ますます開園増植が行なわれている。生産量も結果樹の比率が高まるにつれて今後飛躍的な伸びが期待される。このように川野夏橙が田浦町において一大集団産地に発展するに至つた背景を要約すると次のようになる。

1. 気象条件が気温に対して特に敏感な川野夏橙に適し、急傾斜地でも栽培が可能であつた。
2. 地元生産販売に関する有能な指導者がいた。
3. 零細農が極めて多く、収益性の高い作物を探していた。
4. 導入された川野夏橙が樹勢が強く、豊産性で初心者にも作りやすかつた。
5. 温州ミカンに比較して若令樹の収量が極めて多く、数倍の粗収益が上つた。
6. 県、町、果樹団体等の積極的な補助、奨励があつた。

熊本県下には川野夏橙の栽培可能な気象条件を備えた地域は各地に存在するが、田浦町において特に早く産地が形成されたのは、地元指導者を中心として農民層から盛上つてきたことが最大の理由であると思われる。

さらに今後、田浦町が川野夏橙の産地として一層発展し、農家が安定した自立経営を行なう上には、経営規模の拡大と、それを裏づけるための行政措置、および労力節減対策を講じる必要がある。また川野夏橙の産地が各地に形成されているおりから、将来の生産量に見合った消費者層を確保するための市場拡大対策、あるいは品質の改善につとめなければならない。