

青果行商に関する調査

I. 大都市近郊における青果物流通の一形態

山 田 稔

(農業経営技術学研究室)

Surveys on the Peddlers of Agricultural Products in Japan

I. On the Vegetable Circulating Types by Peddlers in the City and Suburban Districts

Minoru YAMADA

Laboratory of Technical Farm Management

Abstract

Surveys on the Peddlers of Agricultural Products in Japan. I. On the Vegetable Circulating Types by Peddlers in the City and Suburban Districts. M. YAMADA, Faculty of Horticulture, Chiba University, Matsudo, Japan. *Tech. Bull. Fac. Hort. Chiba Univ.* No. 15 : 83 ~100, 1967.

This survey was made to obtain economical data concerning the vegetable peddling, one of the types for circulating vegetables in the city and suburban districts. Hitherto, the vegetable peddling has been made to increase agricultural profits making use of the surplus labour in the farm managements. More recently, however, this condition has been altering into "forced" peddling, whether willing or not, because of the depression in the farm economy. It seems that the growing of many kinds of peddling crops by peddlers in a small scale gives a wide variety in the growing system of crops and techniques of peddling growers. If there is an excess of products which can not be peddled, the products of medium quality are shipped to the local morning markets and those of high quality to the central wholesale markets in the city. It was found that a peddler having approximately 40 customers in the city could peddle at least 20 customers in a day. The amounts of purchase by one customer is influenced by their living standards, and amounts of sales by peddlers are determined by the difference in degree of dependence of each grower on peddling, in other words, determined by the percentage of peddling to the farm economy of each grower. It is noted in this survey that the human relation between customers and peddlers is so close that their perpetual relations exist. However, it appears that the satisfactory development of peddling in the future will be hopeless, owing to the shortage of labour, higher costs of peddling, and few successors of agriculture in Japan.

現在、農産物ことに青果物の流通組織の合理化が重要な課題とされている。それは生産者価格に対する小売価格の高さが問題とされ、それが単に農産物の豊凶の差による影響だけでなく、生産者と消費者の間に介在する複雑な流通機構の結果と考えられる場合が多い。このような流通機構を存続させている要因を農業経営の立場から

みれば、わが国の農業は、家族労作経営であり農産物の商品化率が低く、資本力に乏しく、また経営規模や生産規模の小さい生産者の集団で、商業資本に充分対抗し得ない点にみられる。その結果は、本来生産者に帰属すべき利潤の一部が、商業資本によって実現される結果となり、現在のような流通機構が存続しているものとみられ

る。したがって、流通機構の合理化は商業資本が流通過程に参加する資本の機能の分化をより合理化することによって改善されるものとみられる。

わが国の青果物生産の実態は、昭和36年の農業基本法に基づく、農業構造改善計画によって、青果物産地の指定化が進み、主要青果物産地については、価格補償の措置、流通改善などの施策が行なわれ、産地の大型化が進行している。つまり経済的には、運賃費用の低下、品質、規格を統一した大量生産の有利性によって市場信用の獲得に有利な地位を占め、その結果農家の所得向上に果している役割は大きい。このように、産地の集中化と流通機構が大型化すると都市近郊地域の生産農家は、一般に共同化意識が低く個人出荷が多いため経済的打撃を受け、生産面では不時栽培の増加や立地の有利性を生かし鮮度をたつとぶもの、かさばるものなどを生産し大産地に対抗するようになる。

大都市近郊には青果行商という農産物の流通形態が残存しており、現在の流通組織と対比してみると持参販売で生産者が消費者に直接販売する形態で販売品目、数量品質は各自まちまちで、特定の顧客を対象に訪問販売する方法である。この点は、近郊地域に所在する生産農家の農産物流通上の狭隘化の一つの現象ともみられる。すなわち、流通機構の綱の目を縫いながら成田線および常盤線の行商人だけでも、約5,000人が1人約50~60kgの農産物をかごに背負った行商を毎日行なっている。その量も全体として6,600万kgの量がさばかれていると推定される。これは中央卸売市場神田、淀橋、本場、豊島、荏原、足立、江東の各市場のそ業年間取扱高の合計が12億3千万kgで第1表のように約5%に相当するものと考えられる。

第1表 東京都中央卸売市場のそ業年間取扱高に
対する行商販売数量 (昭和38年)

流通形態	取り扱い数量	割合
卸売市場	1,233,180,073 kg	100%
行商	66,000,000	5

出所：東京都「東京都中央卸売市場年報」(昭和38年)

注：行商については1日平均55kg、人員は5,000人、1ヶ月平均20日で、12ヶ月として計算した。

このように、都市近郊地域で青果行商を成立させている条件については、既に石川(1939年)の論文に詳述されている。

この組織が一時的なものでなく、半永久的に継続している理由は、生産者が直接消費者を訪問して販売するという形態であるため、行商の販売価格に対して青果物の

鮮度が高く、また他方では一般の小売価格にみられる卸売・仲買・小売という中間経費を必要としないため、行商の小売価格もそれだけ有利に販売することが可能であること、つまり一物一価の法則のもとで青果行商が経済的に成立するということは、現在の流通組織のもとで形成される青果物価格(小売価格)に対して、中間利潤の一部が行商に帰属するためとみられる。

そこでまず本報告は、行商の実態について報告する。

なお、本調査を実施するにあたり、千葉県柏市における調査は東葛飾高等学校園芸科、千葉県印旛郡木下町は印旛高等学校農業科、千葉県成田市は成田農業高等学校農業科、茨城県北相馬郡取手町は取手第一高等学校農業科の生徒の協力を得た。また東京教育大学農学部加用教授、当研究室の中島教授、門間助手に対し感謝の意を表する。

調 査 方 法

1. 時期と方法

調査は昭和40年9月~10月にかけて、行商地域に所在する農業高等学校の特に、行商農家の子弟または、行商部落内より通学している生徒を対象に一定の調査表を配布して行なった。調査戸数150戸であったが、内容不備もあり最終的に集計した戸数は126戸となった。

2. 集計方法

行商の形態によって、次の5つの型に分類し集計を行なった。この場合、1年間の行商形態を基準とした。

1) 自家生産型 自分の家で作ったものをほとんど90%以上持っていく。

2) 準自家生産型 自分の家で作ったものを70%ぐらいと朝市で仕入れたもの30%を持っていく。

3) 中間型 自分の家で作ったものと朝市による仕入れを大体50%づつ持っていく。

4) 準行商専業型 自分の家で作ったもの30%ぐらい朝市による仕入れを70%ぐらい持っていく。

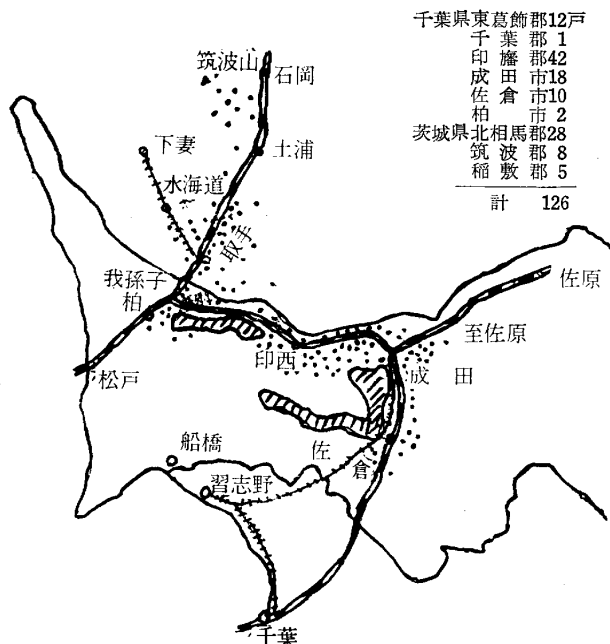
5) 行商専業型 ほとんど朝市で仕入れたものを持っていく。

青果行商の実態

1. 行商地域と行商農家の性格

行商地域は千葉県印旛郡、成田市および柏市を中心とする地域と、茨城県北相馬郡、筑波郡および稲敷郡下であり、これらの地域はいずれも国鉄常盤線および成田線沿線に広がる地域である。調査した行商農家の分布は第1図のようである。

そこでまず、これら地域の農家がいつごろから行商を始めたかをみれば第2表のようである。すなわち、昭和21年から30年までに行商を始めたものが最も多く、次の



第1図 調査農家の分布図

で31年から40年までの間に始めたものがこれに次いでいる。最近の傾向として、戦後90%の農家が行商を開始し、戦前からというのは10%にすぎない。

かつては、松戸町、馬橋村、小金町など常盤線沿線の町村は行商町村（石川，1939）であったが、現在は都市化の影響で行商者は皆無の状態であり、当時は行商町村

第2表 行商農家の概況

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
経営地						
水田	108	113	76	76	21	79
畑	67	49	39	50	7	42
計	175	162	115	126	28	121
山林	39	10	15	—	—	13
家族構成						
家族数	5.37人	5.90人	5.30人	5.50人	4.50人	5.3人
農業従事者数	2.82人	2.62人	2.30人	2.0人	1.0人	2.1人
行商者数	47.3日	45.7日	45.0日	46.0日	46.3日	47日
行商者数	16.7日	20.4日	21.0日	18.0日	19.5日	19日
農機具および						
小型耕耘機	1.0台	1.1台	0.8台	0.8台	0.2台	0.8台
モーター	1.0	0.9	0.5	0.6	0.3	0.7
動力脱こ機	1.0	1.0	0.9	0.7	0.2	0.7
動力糶摺機	0.8	0.9	0.5	0.5	0.2	0.6
精米機	0.8	0.9	0.5	0.5	0.2	0.6
人力噴霧機	0.9	0.9	0.7	0.5	0.3	0.7

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
施設の所有状況						
動力噴霧機	0.6台	0.7台	0.2台	0.2台	—台	0.3台
オート三輪	0.1	0.0	0.1	—	—	0.1
四輪車	0.4個	0.4個	0.1個	0.2個	—個	0.2個
畑地かんがい施設	0.4棟	0.2棟	0.1棟	0.3棟	—棟	0.2棟
ビニールハウス	0.2	0.1	0.1	0.1	—	0.1
ガラス温室	—	0.1	0.2	—	—	0.1
行商を始めた時期						
大正年代	4%	—%	10%	—%	—%	3%
昭和元～10年	4	8	5	8	—	5
昭和11～20年	2	—	4	—	—	2
昭和21～30年	49	50	52	46	85	53
昭和31～40年	41	42	29	46	15	37
計	100	100	100	100	100	100
行商を始めた動機						
労力に余裕があった	28	10	15	—	—	11
家庭経済をたすけるため	60	69	80	77	92	76
近所の人にすすめられて	6	14	5	23	8	11
水害でこまらされた	6	3	—	—	—	2
その他	0	4	—	—	—	—
計	100	100	100	100	100	100
行商と祝祭日						
日曜	50	52	79	23	46	50
やむやまい	50	48	21	77	54	50
祝祭日	59	58	63	69	38	57
雨	41	42	37	31	62	43
天	—	—	—	—	—	—
行商が農作する時間	2.5時	1.7時	1.6時	2.2時	0.15時	1.6時
年間雇傭割合	56%	50%	38%	77%	15%	47%
農繁期対策						
行商を一時中止	48	60	50	53	60	54
作付の合理化	6	5	4	11	—	5
労働交換	32	28	34	32	30	31
労働強化	14	7	12	4	10	10

注. 平均は行商全体の総計を戸数によって総和平均した数字である。以下各表同様。

でなかった成田市、石岡市、土浦市に新たな行商の発生がみられている。したがって、これら地域の行商は戦後開始したものと考えられ行商地域の戦前戦後では、かなり地域移動が行なわれていることをあらわしている。

しかし、成田線沿線の行商地域は、既然大正年間よりその発生をみているのであるが、大正から戦前までの行商者は高令化し一部世代の交替をしている行商もみられる。

行商の戦中、戦後の発生史には盛衰がみられ「戦時中では各種の経済統制が行なわれ、昭和16年1月には成常行商組合は解散のやむなきに至った」（千葉県印旛支庁、1964）この時期から行商は姿を消したのであるが昭和24年9月5日（同、1964）に正式に成常青果出荷組合が再出発するまでの8年8ヶ月間は姿を変えたフロンキ部隊の出現となり農産物の行商が行なわれたことになる。したがって、青果物の統制が解除されると同時に行商組合が発足したものと考えられ、昭和21年から31年の53%の行商農家の発生は6年3ヶ月間に増加したものであり、戦後における行商発生の一時期を画しているものと考えられる。

行商は農業経営からみれば、一つは生産物の収益増大による農家経済向上の問題であり、第二は余剰労働力の利用による収益向上の問題であり、第三は行商と顧客の人間関係の存続による需要者の固定の問題であったとみられる。昭和21年から31年までの時期は、青果物の統制解除も大きな理由であるが、昭和25年および27年は食糧事情も好転し、昭和30年には農村の好況も終り、次第に農産物価格は下向の傾向すら出現し、農家経済は次第に窮迫化が現われ始めた。このような状態のもとで、行商地域の農家にとっては、前述の1・2・3の条件は現金収入の増加という点で大きな役割を果たしたとみられる。また昭和31年から40年の37%の割合は、前述の発生要因とは異なったものであり、農村労働力の不足、農産物価格の不安定、所得格差の拡大などは昭和30年までの社会経済条件とは異なった様相を示している。そうした中で、農家は行商に対して、前述の1および3の条件によって対応したのであり、第3の余剰労働力の利用による行商行為はできない状態におかれていたと考えられる。この点は第2表の農業従事者数をみても平均2.1人であり農業労働力として余裕のある人数ではないことを示している。

また同表で47%の行商農家が農繁期に雇傭労働に依存し、また、この時期に54%の農家が一時行商を中止し、あるいは、労働交換などを行ない農繁期を切り抜けていることからもうかがえる。

次に行商地域の農家がいかなる理由で行商を始めたか

その動機をみると、家庭経済を助けるために76%で最も多く、労力に余裕があったと答えているものはわずか11%、また近所の人にすすめられて11%となっている。すなわち、戦前の行商の大半が余剰労働力の燃焼による収益の増大であったものが、現在ではむしろ農家経済の窮迫化による収益の増大へと変化してきており、しかもそれが、農業経営からみれば労働力の不足という状態のもとで行商が行なわれているところに、その特徴がみられる。

ここで特に注目されるのは、行商形態別にみると、行商が余剰労働力の完全利用という解答をしたのが自家生産型の28%で他の形態に比して多いことで、この形態の行商者の平均年令をみても47.3才で他の形態に比して高年令を示している。それは、行商者のうちに祖母が多いこととも関連しているものとみられる。また、家庭経済を助けるための解答では自家生産型から行商専業型という形態になるにつれて、強く行商に依存していることを示している。すなわち、行商地域における婦人労働がいかに家庭経済を支えるうえに重要な働きをしているかがうかがえる。

行商日数は月平均19日で、10～11日は行商を休んでいるが、農繁期は前述のごとく行商を一時中止したり、あるいは、日曜とか祝祭日には50%のものが休んでおり、また雨天の日には57%のものが休んでいるため平均すると19日が稼働日数となっている。

行商農家の土地所有状況が戦前と戦後で農地改革を契機としていかに変化したかをみると第3表のようである。

第3表 行商農家の戦前と戦後の土地所有状況(%)

項 目		自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
戦前 の 行 商 家	自作	43	32	22	38	25	32
	自小作	29	36	28	23	25	28
	小自作	20	18	22	16	—	15
	小作	8	14	28	23	50	25
戦後 の 行 商 家	自作	56	54	42	62	80	59
	自小作	37	43	47	38	—	33
	小自作	4	3	11	—	—	4
	小作	3	—	—	—	20	4

戦前については、「圧倒的に小作者または小自作者が多かった」（石川、1939）と指摘されている。本調査においても、戦前は68%の農家が小作・小自作・自小作者で占められ自作の32%に比して多いことを示している。当時は小作者が多いうえに後述のごとく、小作料も現物納

であり、利根川、印旛沼、手賀沼などの水害によって、農家経済の窮迫化の問題があった、したがって、水害地域の農民はそ菜を栽培し、それを行商することによって、現金収入の道をとろうとした。ところが、戦後の農地改革によって行商農家の土地所有は一変し、自作者の比重が59%と高まったこと、小作・小自作・自小作者も41%と戦前と対照的であり、また、戦前の物納小作料に対して戦後は公定小作料に切り替えられ、しかも、金納制となったため農家経済にとっては、自作者はもちろん小作者にとっても経営内における資本蓄積が可能となり、戦前の行商に比して、その性格はかなり異なったものといえる。

また、行商地域における地価の高騰は、経営資産としての農地の集約的利用を促進する傾向がみえ、一部には施設園芸もみられる。

このような傾向は、行商地域が平均水田79a、畑42aということで、水田面積に比して畑面積の少ない地域ではいっそう畑地の集約的利用が行なわれる。また、第2表によって農機具の普及状況をみると、耕耘機の普及がめざましく、労力不足の現在なお行商が行ないうるのは、水田面積の多い地域で労力が機械によって代替されていることにもよる。

2. 行商農家の栽培技術

行商農家の平均耕作面積は、121aでそのうち水田が79a、畑が42aで水田面積に比して畑面積が少なく、行商作物はこの少ない畑地によって、そのほとんどが生産されている。したがって、各作物の作付面積は零細であり一作物1～3a前後の作付が非常に多く、また同一そ菜でも栽培様式が異なっていたり、品種が異なっている場合が多い行商農家では、農業生産の目的が行商にあるので、栽培技術の統一性がなく、むしろ、技術にいたっては閉鎖性が強く、各農家が独自の経験に基づいた栽培が行なわれている。

行商農家におけるこのような現象は根本的には作付規模の零細性にも由来するが、生産物の販売の面にもその原因がみられる。つまり、商品としての生産物が一部は市場へ、あるいは朝市・行商という販路に安易感も影響している。それは第4表によって、経営主が作付作物を決める手がかりをみると、家族内の行商者と相談したり、

また行商者の意見を参考に決定するものが全体の71%に及んでいることからうかがえる。つまり経営主自身が独自の判断で、作付作物および作付面積を決定しているのは30%にたらない状況である。かくして、行商農家の栽培技術というのは行商に依存しているかぎり技術の向上は困難なものとなっている。そこで、行商形態による作付状況をみると第2～5図のようである。

第4表 行商農家の生産方法と収入順位(%)

項 目		自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均	
作物を決めるか	経営主が自主的に決める	18	22	29	46	—	29	
	行商者と相談して決める	52	52	47	38	—	47	
	行商者の意見を参考とする	30	26	24	16	—	24	
作物の位置	第1位	トマト	61	54	57	33	—	51
	第2位	キウリ	18	8	—	—	—	7
		ナス	5	—	—	—	—	1
		レタス	—	—	14	—	—	4
		大和芋	—	8	—	—	—	2
		その他	16	30	29	67	—	35
		計	100	100	100	100	—	100
そ菜	第1位	トマト	16	9	—	—	—	6
	第2位	キウリ	43	30	29	83	—	46
		ナス	25	30	21	—	—	19
		ホーレン草	5	—	14	—	—	5
		ミツバ	—	9	—	—	—	2
		その他	11	22	36	17	—	22
		計	100	100	100	100	—	100

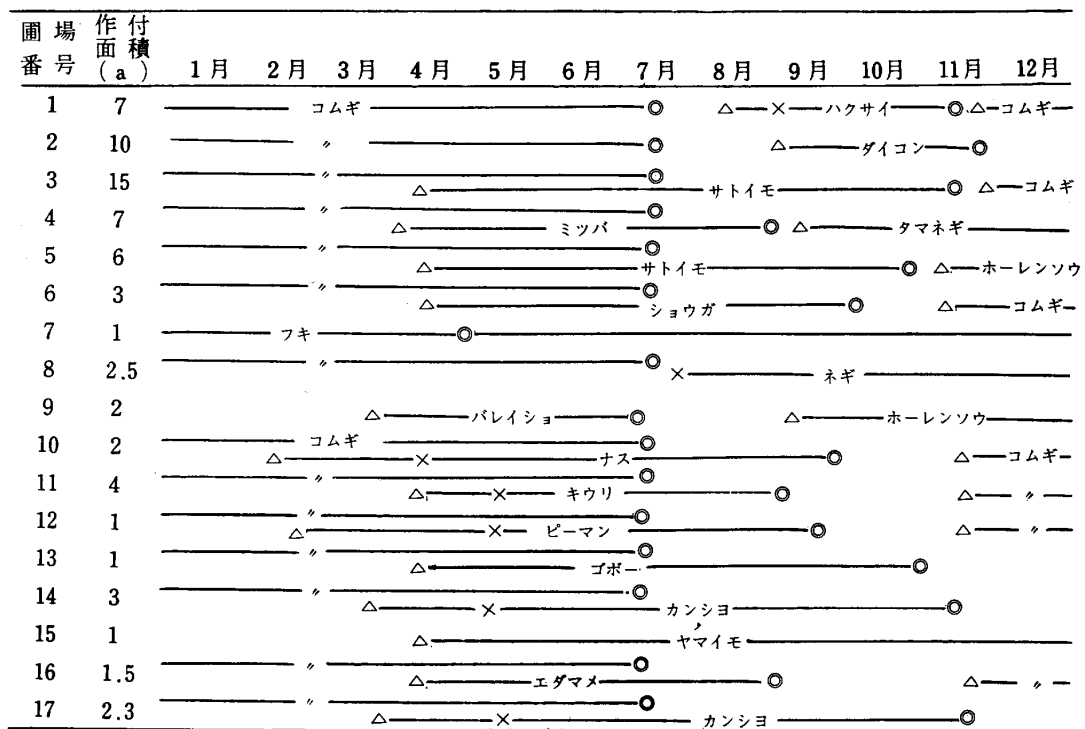
注. 準行商専業型の第一位67%の内訳は、ネギ・ホーレン草・白菜などである。

自家生産型、準自家生産型、中間型、準行商専業型の各形態とも1人の行商者の輸送能力には限度があるため行商のための各作物の作付規模は共通的に1～3aぐらいが限度とみられ、それ以上の作物については、朝市または市場出荷向けの栽培をしている。

また行商農家の畑地利用割合は、自家生産型において最も高く、準行商専業型が最も低い傾向を示しており、行商に対する依存程度と畑地の利用割合との関係を見わけているものとみられる。

行商農家が、その栽培でいかなるそ菜にその中心をおいているかをみると第4表のようである。トマト、ナス、キウリなどの春夏作の果菜類が重要な位置を占めている。この中でも自家生産型・準自家生産型・中間型という行商形態ではかなり重要なそ菜であることがわかる。この地域のトマトやキウリ栽培はビニールを利用したものが多く、経営主の労働集約な管理を必要とする。準行商専業型の農家では、集約なそ菜よりも、ネギ、ホーレンソウ、ハクサイといった秋冬作に重点をおいた栽培が行なわれている。

行商地域の農家が生産物に対する共同出荷の意識をみると、賛成が76%、反対が24%で共同出荷に対して意外



第2図 自家生産型の畑地利用

- 注. 1. 品種 No.3サトイモ(石川早生), No.4ミツバ(白茎ミツバ), No.9バレイショ(男しゃく)No.10ナス(真黒), No.12ピーマン(キング), No.13ゴボ(渡辺), No.11キュウリ(夏みどり)
2. 事例農家の所在地 千葉県東葛飾郡我孫子町
 経営面積 水田130a, 畑65a
 家族数 6人
 農業従事者 2人(経営主, 長男)
 行商担当者 妻
 畑地利用割合 309%
3. △印播種期, ×印定植期, ○印収穫期

に賛成の割合が多い。もちろん、現地普及所などによる指導を受けているものとみられるが、この調査が経営主を対象に行なわれ、農業生産に直接携わっている人の解答が76%ということは、もはや行商という個人販売による農家経済への貢献度が限界にきている結果とみられる。ところが、これが直ちに、行商地域で共同出荷が行なわれなかったり、あるいは組織化できない点は経営主と行商者あるいは行商者と顧客の人間関係と、行商農家の経済関係まで、立ち入って分析する必要がある。この共同出荷について、著者と全く反対の結果つまり「共同出荷に対して反対76.5%と圧倒的に示している」(千葉県印旛支庁, 1964)この調査は、行商者自身に対する調査であるためこのような結果になったものと考えられる。したがって、調査が行商者を対象とするか経営者を対象とするかによって、全く逆の結果がでることは、行商地域における特有な問題を含んでいるとみられる。つまり一

農家内において、経営者と行商者は共同出荷に対する考え方に全く逆の傾向がみられることで、この両者の相違というものは、経営者は経営面からの希望として、また行商者は顧客と日ぜにからの希望という差異が現われてくるものとみられる。

3. 朝市と行商

行商農家で販売品をすべて自家生産している農家は、本調査では126戸中51戸で全体の40%にすぎない。他の60%のものは、自家生産品の一部と、近所から仕入れたりあるいは、朝市から仕入れることによって荷を満たしていることになる。近隣の農村から行商者のため朝市が開かれ成田線だけでも「小林駅前、木下駅前、安食駅前、布佐駅前、湖北駅前、下総松崎駅前の6カ所で朝市が開かれ、開催の時間も午前3時半～6時ころまでの間に行なわれる」(印旛支庁, 1964)。このように、行商のため、朝市が開かれるが、本調査でも一部の農家が朝市出

圃場 番号	作付 面積 (a)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	5			コムギ				サトイモ				△-コムギ	
2	3				△			ラッカセイ				◎△-	
3	7							カンショ				◎△-	
4	10							ショウガ				△-	
5	3			サヤエンドウ			△	×	カンラン		△	ネギ苗	
6	4	ダイコン		△		トウモロコシ				△	ホーレンソウ		
7	5				△	インゲン				△	ダイコン		◎
8	3			コムギ				キウリ			△	サヤエンドウ	
9	6			タカナ		△		インゲン				△-コムギ	
10	10			コムギ									
11	2			カンラン		△		エダマメ		◎△	×	ハクサイ	◎
12	1			△		×		トマト				△	タカナ
13	4			タカナ		×							◎
14	3			コムギ									
15	3							カンラン		◎△		ネギ苗	
16	2									△		ダイコン	
17	4			△		×		ナス		◎△		ソラマメ	
18	15												◎
19	3												◎
20	7												◎
21	5												◎
22	5			ネギ				×					◎

第3図 準自家生産型の畑地利用

- 注. 1. 品種 No.1サトイモ(土垂れ), No.3カンショ(高系), No.5カンラン(大御所), No.7ダイコン(秋づまり), No.8キウリ(夏みどり), No.11ハクサイ(60日), No.13ネギ(赤のぼり), No.17ナス(群交)
2. 事例農家の所在地 千葉県東葛飾郡我 農業従事者 3人(経営主, 祖父, 長男)
孫子町 行商担当者 妻
経営面積 水田131a, 畑110a 畑地利用割合 241%
家族数 7人

圃場 番号	作付 面積 (a)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	10			△		×		カンショ			◎	△-コムギ	
2	5			△		×		キウリ		△	×	ハクサイ	◎
3	10							スイカ				△	
4	5			△		×		トマト		△		ダイコン	◎
5	5			ネギ苗		◎		×				ネギ	◎
6	5			カンラン						△		ホーレンソウ	
7	3			コムギ									
8	2			△				パレイショ		◎		△	ホーレンソウ
9	5												
10	5			△		×		ナス		◎		△	
11	5												
12	5												

第4図 中間型の畑地利用

- 注. 1. 品種 No.2キウリ(落合), No.3スイカ(大和), No.4トマト(栄冠), No.5カンラン(長岡交配), No.9ナス(橘真), No.11ニンジン(MS三寸)
2. 事例農家の所在地 千葉県印旛郡栄町 農業従事者 1人(経営主)
水田110a, 畑70a 行商担当者 妻
経営面積 畑地利用割合 200%
家族数 4人

圃場 番号	作付 面積 (a)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	2	コムギ											
2	2	△———エダマメ											
3	2	△———キュウリ											
4	4	△———ソラマメ											
5	2	△———陸苗代											
6	2	△———トウモロコシ											
7	1	△———コムギ											
8	1	△———ナス											
9	19	△———陸田(イネ)											

第5図 準行商専業型の畑地利用

注. 1. 品種 No.1ハクサイ(大関), No.2キュウリ(地這), No.3バレイショ(男しゃく), No. 6イチゴ(ダナー), No.7トマト(福寿), No.8ナス(真黒)

2. 事例農家の所在地 千葉県印旛郡印西町 農業従事者 1人(経営主)
 経営面積 水田60a, 畑35a 行商担当者 妻
 家族数 3人 畑地利用割合 162%

第5表 行商農家の朝市出荷と価格の決り方(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
生産物の品質						
上 物	67	20	50	50	—	37
中 物	33	70	50	50	100	61
下 物	—	10	—	—	—	2
計	100	100	100	100	100	100
売れ残り品処分方法						
値下振売	50	33	57	40	50	46
市場にまわす	30	33	14	—	—	15
自家消費	20	34	29	60	50	39
計	100	100	100	100	100	100
朝市の値段の決り方						
新聞相場	43	17	25	—	—	28
荷の多少	57	50	50	—	—	52
前日の朝市相場	—	33	25	—	—	20
計	100	100	100	—	—	100
同一生産物でも場所						
ちがわない	44	15	20	80	—	40
ちがう	56	85	80	20	—	60
2番列車	80	85	56	80	85	77
3番列車	60	71	44	60	75	62
同一品でも晴天・雨天						
ちがわない	56	36	40	50	—	46
ちがう	44	64	60	50	—	54
晴天	100	100	100	100	—	100
曇天	84	75	80	75	90	81
雨天	74	73	63	55	70	67
朝市						
毎日一定量出荷	38	—	—	33	—	36
前日のうけをみて	62	—	—	67	—	64

荷をしており行商形態の差による特質はみられず、自家生産型、準自家生産型、中間型、準行商専業型は、いずれもさきに示した第5～8図にみられるように、3a以上作付している生産物が一部は朝市、一部は市場に出荷しているものとみられる。ところで、朝市に出荷する行商農家で、生産物の品質では第5表によると中物出荷が61%と圧倒的に多く、上物が37%でこれにつぎ、下物はわずか2%である。したがって行商農家は、上物は市場出荷向けとし、中物は市場評価も安いので、これを行商向にしているものと考えられる。これら農家が、朝市出荷をして、売れ残り品をいかに処分するかをみれば、朝市の帰りに値下げして、振り売りによって処分するのが46%、市場にまわすのが15%、自家消費が39%となっている。また、朝市での出荷生産物の価格の決まり方は、その日の荷の多少によるというのが52%で圧倒的に多く、ついで新聞相場によるとするものが28%で朝市の価格の決まり方は買手市場になっている。また同じ生産物でも、場所によって異なるというのが60%を示しているが、同一生産物の場合むしろ場所よりも、生産物の品質を問題としているものとみられる。さらに同一生産物でも、朝市の時間の経過とともに買手市場はより強くなり、2番列車あるいは3番列車と時間の経過とともに、生産物の単価は下げられる傾向がみられる。また朝市で形成される価格は天候によっても左右されるようで、晴天に比して曇天・雨天となるにつれて価格は下がる傾向がみられる。とくに雨天の場合は、行商を休むものが57%と非常に多く、朝市に参加する行商者の数が少なくなるためとみられる。

このようにして、自分のかごの荷を満して行商の1日の日課が始まる。まず行商には、国鉄指定の行商列車が

あるが、これを利用するものは96%でほとんど利用しているが4%のものは利用していない。この中には、自家所有の小、中型のトラックにより、都内に運搬販売するもの、また指定車以外の通勤列車や電車によって行商するものがある。これは本来違反であるが、これらの行商者は一般通勤客に迷惑を及ぼしているものもみられる。これについては国鉄当局はもちろん、行商組合で車内整理員を出して厳重に取り締まりが行なわれているようである。

第6表 行 商 者 の 日 課

項 目		自 家 生 産 型	準 自 家 生 産 型	中 間 型	準 行 商 専 業 型	行 商 専 業 型	平均
		%	%	%	%	%	%
定期券	6ケ月	5	—	—	—	—	1
	3ケ月	6	—	4	—	—	2
	1ケ月	89	100	96	100	100	97
起床時刻	AM～5時	70	100	75	92	39	75
	AM 5時以後	30	—	25	8	61	25
朝食	AM～6時	76	93	84	61	54	75
	AM 6時以後	24	7	16	39	46	25
朝食場所	家庭	68	54	60	54	69	61
	車中	24	39	30	31	23	29
	降車駅	8	7	10	15	8	10
乗車時刻	AM～6時	52	60	60	62	31	55
	AM 6時以後	48	40	40	38	69	45
降車時刻	AM～7.30時	66	58	58	62	31	55
	7.30時以後	34	42	42	38	69	45
行商時刻	AM～8時	74	67	60	77	23	60
	8時以後	26	33	40	23	77	40
行商時刻	AM～12時	74	64	55	69	30	59
	12時以後	26	36	45	31	70	41
行商時間		時 3.19	時 3.37	時 3.80	時 3.70	時 3.70	時 3.60
帰宅時刻	～15時	% 69	% 65	% 83	% 42	% 34	% 62
	15時以後	31	35	17	38	66	38
昼食	車中	9	35	24	33	8	22
	得意先	53	65	76	42	92	66
	自宅	38	—	—	25	—	12
翌日の準備時間		時 2.55	時 2.70	時 2.1	時 2.0	時 2.3	時 2.3
就寝時刻	PM～9時	% 64	% 64	% 69	% 61	% 15	% 55
	9時以後	36	36	31	39	85	45

行商の日課については、第6表のようであらず、通勤定期券は97%が1カ月通用を使用している。行商者の起床時刻は、午前5時以前で75%となっている。このように、早朝の食事のため61%の人は家庭で食事を済ませるが、他の40%近くの人、車中とかあるいは降車駅で食事をとっている。また、乗車時刻も55%のものは午前6時以前に乗車し都内に通っていることになる。この人たちが都内の降車駅に到着するのは午前7時半ごろで、この時間に55%のものが到着している。そして、行商開始は午前8時以前には60%のものが開始し、行商者が顧客を訪問し終る時刻は12時までに59%のものが終っていることになり、1人当りの平均をみると行商時間が3.6時間を要している。帰宅時間は15時以前が62%と大半のものが帰宅する。ところが15時以後の帰宅者の中には、都内の商店街に立ち寄り自家の生活用品や近所の農家で依頼された生活用品を購入して帰宅するものが見受けられる。この点について「行商農村では、子供の服装に既製品が多い」（伊藤・宝田、1959）と指摘されており、一家の主婦が行商者であるかぎりには子供との接触が少なく家事の面倒まで行き届かないことを示している。また注目されることは、昼食の場所が得意先で66%と多いこと、車中が22%で家庭以外での食事の割合が88%にも及ぶことである。このことは、行商者と顧客の人間関係がより密接になる要因であるとみられる。つまり、行商者のものが、ある場合には経済的に採算がとれなくとも顧客の注文のためにはできるだけ便宜を計ることが行なわれている。行商者は帰宅すると翌日の準備にとりかかるが1人あたり平均2.3時間を要しており、9時以前の就寝が55%となっている。

以上のように、行商者の1日の行動を追跡してみると就寝時間が短い人で5時間、多い人でも7時間ぐらいあり、しかも毎日60~70kgの荷を背負うことから、行商者の中には「高血圧者が多い」（東京大学医学部公衆衛生学教室、1963）ことも指摘されている。つまりいかに日ぜに入ってもあるいは、家庭経済の援助をするといっても、自己搾取としての行商も肉体的に限界を示しているものとみられる。

4. 行商者が近所で仕入れる行商品目について

行商は年間を通じて行なわれ、自家生産品だけでは顧客の需要に応じきれないため、朝市で不足分を仕入れたたり、帰宅後近所で農産物を仕入れて行商が行なわれる。仕入品の春、夏、秋、冬の各季節における変化をみれば第7—aおよびb表のようである。年間を通じて最も多く仕入れが行なわれるのは鶏卵と米でこの2品目については、顧客の需要がかなりあるものとみられる。そ菜類

第7-a表 近所で仕入れる行商品目(春・夏)(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
卵	56	25	21	15	14	26
トリ肉	—	—	—	5	7	2
米	12	9	6	—	12	8
モ チ	—	—	6	—	5	2
トマト	9	4	—	—	—	3
キウリ	15	11	9	—	9	9
ナス	—	7	6	—	—	3
イチゴ	—	4	—	—	—	1
カンラン	8	—	—	10	5	5
ミツバ	—	4	—	—	—	1
レタス	—	4	—	—	—	1
ホーレンソウ	—	4	15	15	10	9
ネギ	—	—	6	7	3	3
ニラ	—	—	—	—	—	—
サヤエンドウ	—	—	6	5	3	3
カブ	—	—	—	5	9	3
コマツナ	—	—	—	—	5	1
ダイコン	—	—	—	—	5	1
バレイショ	—	—	—	7	—	1
カンショ	—	—	—	5	—	1
竹ノ子	—	—	—	5	—	1
ミソ	—	4	—	—	—	1
ウナギ	—	—	—	—	3	0
ソノ他	—	24	25	21	10	15
計	100	100	100	100	100	100
卵	28	24	11	11	11	17
米	5	6	6	—	9	5
トマト	15	14	15	14	15	15
ナス	13	10	17	16	15	14
キウリ	12	16	13	22	14	15
メロン	—	—	—	—	—	—
スイカ	5	4	6	—	3	4
ピーマン	4	4	4	—	—	2
カボチャ	5	—	—	5	3	3
カンラン	3	—	—	—	—	0
ネギ	—	4	4	—	—	2
タマネギ	—	—	—	—	3	0
ホーレンソウ	—	—	—	—	3	0

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
ショウガ	—	—	4	5	—	2
インゲン	—	6	—	5	5	3
枝豆	—	6	—	—	5	2
トモロコシ	—	6	4	5	8	5
ソノ他	10	—	16	17	6	11
計	100	100	100	100	100	100

第7-b表 近所で仕入れる行商品目(秋・冬)(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
卵	29	30	11	14	11	19
米	10	12	7	—	13	8
モ チ	7	—	—	—	—	1
キウリ	—	6	—	11	3	4
トマト	—	—	—	—	3	0
ナス	3	—	—	—	5	2
カンラン	7	6	9	—	5	5
ハクサイ	7	—	9	14	10	8
ホーレンソウ	7	12	9	11	8	9
コマツナ	—	—	5	—	—	1
ネギ	3	—	—	—	6	2
カブ	3	6	5	14	—	6
ダイコン	7	7	11	11	11	9
ニンジン	9	—	—	—	5	3
ゴボウ	—	—	—	—	3	0
サトイモ	—	9	—	—	—	2
タマネギ	—	6	—	—	—	1
カンショ	—	6	—	11	3	4
バレイショ	—	—	7	—	3	2
ハナヤサイ	3	—	—	—	3	1
ショウガ	—	—	5	—	—	1
クリン	—	—	5	—	—	1
ナシ	5	—	—	—	3	2
ソノ他	—	—	17	14	5	9
計	100	100	100	100	100	100

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
卵	49	22	11	16	11	22
トリ肉	—	7	—	—	5	2
米	14	11	8	—	13	9
モ チ	14	7	11	—	10	8
ホーレンソウ	11	9	8	19	5	10
ネ ギ	6	6	13	10	15	10
ハクサイ	—	7	11	—	5	5
コマツナ	—	—	5	—	3	2
カンラン	—	6	5	10	6	5
キウリ	—	—	—	—	—	—
サトイモ	—	—	5	—	—	1
カ ブ	—	—	—	—	3	0
ダイコン	—	7	5	—	10	4
カンショ	6	—	—	—	—	1
バレイショ	—	—	5	—	3	2
タマネギ	—	—	—	—	—	—
ゴボウ	—	6	5	6	5	4
ニンジン	—	6	—	—	3	2
ヤマトイモ	—	—	—	6	—	1
アズキ	—	—	—	6	—	1
ミツバ	—	6	—	—	—	1
ソノ他	—	—	8	27	3	10
計	100	100	100	100	100	100

では春にホーレンソウ、キウリ、カンランなどが多く、夏はトマト、キウリ、ナスなどの果菜類が多い。秋はホーレンソウ、ハクサイ、ダイコン、カブなどの葉根菜が多くなり冬はホーレンソウ、ネギが多く、加工品ではもちが正月を控えて冬の重要な行商品となっている。これら行商品で自家生産型から行商専業型まで行商形態別にみると、自家生産型は年間を通して鶏卵の仕入割合が他の形態に比して多い。この形態はそ菜類はほとんど自家生産のものを行商品とするが、鶏卵は自家生産で不足し、近所の農家より仕入れているものとみられる。また他の形態では、自家生産型に比して春、夏、秋、冬の各季節を通して、そ菜類の仕入れが多く、特にそのなかでも果菜類の仕入れが多い。こうした行商の形態的な傾向は、自家生産型以外の形態では、畑地面積も50a前後で

少なく、また行商農産物すべてを自家生産することが労働力不足も原因して、自家生産するよりも、近所より仕入れた方がコストが低いと考えられる。それが高度の技術と資本投入および労働投下を必要とする果菜類のごときは、特にそうした傾向になり、生産の分業化が起こっているものとみられる。しかし、行商者の荷の内容は自家生産品と近所で仕入れたもの、また朝市でその不足分を満たしているのが現状である。

5. 行商と顧客の関係

行商者は、かごを背負って行商するがその訪問地域は第8表のようである。得意先が決まっているものが全体の90%を占めている。10%のものは決まっていない。行商形態別にみると、自家生産型から行商専業型にいくにしたがって、その割合は増加している。これは専業行商と

第8表 行商者の訪問地域

項 目		自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均	
得意先	きまっている	78%	86%	95%	92%	100%	90%	
	きまっていない	22	14	5	—	—	8	
	時期により異なる	—	—	—	8	—	2	
訪問戸数		全戸数 43戸 1日の戸数 20	45戸 20	52戸 19	41戸 18	43戸 23	45戸 20	
行商者の訪問地域	住宅街		38%	50%	60%	26%	25%	40%
	商店街		24	16	17	17	21	19
	工場地帯		5	5	—	5	7	4
	団地	アパート	15	8	10	17	25	15
		個人住宅	13	13	10	26	14	15
社員寮計		5 100	8 100	3 100	9 100	8 100	7 100	

しての性格が強まり、また、後述のごとく、行商収入に対する農家経済の依存がより強くなり、それだけ得意先として固定的な顧客を把握することによって、販路の基盤が確立されているものとみられる。このことは、前述の行商日数にも現われているように、1カ月の平均行商日数が自家生産型以外は、ほぼ20日であり、自家生産型の16.7日に比して多い。それだけ顧客との接触も多いことを示している。

また、1日の訪問戸数は、いずれの形態でも20～23戸で平均は20戸である。これは、かごの大きさおよび重量からみて、行商形態を問わず、ほとんど一定しているた

め、1人あたりの荷さばき量はどの階層においても変わらないので訪問戸数に差異が現われないものとみられる。ところで、行商者の訪問地域を分類してみると、一般住宅街が40%で最も多く、また団地ではアパート、個人住宅が30%でこれにつぎ、商店街と工場地帯という順になっている。したがって行商の70%は団地および一般住宅街を訪問していることになる。工場地帯とか商店街は比較的少ない。ことに顧客と行商者の関係は、住宅街において密接となり親類に近い交際をもつようになることも、しばしばあるといわれている。特に、自家生産型行

商のなかには20年以上同一地域の行商をしている者がかなり見うけられる。

6. 行商品目の商品としての性格

行商品としての青果物については、季節によって行商されるもの、また1年を通じて行商されるものなどがある。そこで現在行商されている品目について、穀しゆく類、果菜、葉菜、根菜、洋菜、果実、畜産物、加工品に分類してみると第9表のようである。

まず穀しゆく類では、米が行商者の41%が行商品目として販売しており、これが自家生産型から行商専業型に

第9表 昭和40年の年間を通じた行商品目の販売割合と昭和30年に対する40年の行商品目のうつり変り(%)

項 目		自家生産型		準自家生産型		中 間 型		準行商専業型		行 商 専 業 型		平 均	
		40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年
穀 し ゆく 類	米	31	97	38	100	38	100	38	87	58	115	41	100
	ム ギ	2	40	3	—	6	増	2	減	—	—	3	8
	ア ズ キ	10	166	5	50	6	300	8	200	6	100	7	163
	ソ ラ マ メ	23	136	21	120	26	100	31	100	12	100	23	111
	イ ン ゲ ン	26	175	23	110	24	100	26	200	23	100	24	137
	サヤエンドウ	27	117	23	100	24	88	38	300	21	200	27	161
	トーマロコシ	67	105	64	122	62	129	85	120	23	114	60	118
エ ダ マ メ	67	133	61	100	43	100	77	150	—	200	50	137	
果 菜	ト マ ト	47	167	46	155	64	112	42	100	21	229	44	153
	ナ ス	37	123	33	142	38	120	28	117	37	167	35	134
	キ ウ リ	40	161	42	140	40	105	41	111	48	167	42	137
	カ ボ チ ャ	55	127	32	86	38	150	77	300	8	50	42	143
	ス イ カ	39	200	32	166	38	300	38	200	10	200	31	213
	メ ロ ン	31	200	46	600	29	増	23	200	6	増	27	200
	ウ リ	43	117	39	140	33	75	31	200	8	100	31	126
葉 菜	ネ ギ	32	120	19	117	35	131	37	133	33	100	31	120
	タ マ ネ ギ	20	110	21	133	25	125	17	117	19	73	20	112
	ホーレンソウ	46	106	24	111	33	121	46	133	31	100	36	114
	カ ン ラ ン	36	143	31	111	35	188	42	267	42	229	37	188
	ハ ク サ イ	31	113	25	100	24	160	28	175	25	157	27	141
	ミ ツ バ	30	167	21	175	19	200	35	233	12	133	23	182
	ニ ラ	16	271	27	238	25	175	21	167	19	100	22	190
コ マ ツ ナ	25	177	33	145	27	130	28	129	—	—	23	116	
根 菜	ダ イ コ ン	28	109	25	93	23	117	35	100	37	117	30	107
	カ ブ	22	135	20	108	29	114	29	143	29	171	26	134
	ニ ン ジ ン	25	108	29	131	21	120	23	150	33	240	26	150
	ゴ ボ ー	24	90	15	127	25	175	18	67	13	125	19	117
	レ ン コ ン	7	100	12	200	17	125	19	133	8	100	13	132
	カ ン シ ョ	30	118	25	82	30	163	13	133	—	80	20	115
	バレイショ	26	111	28	94	29	173	29	143	33	200	29	144
ワ サ ビ	—	—	—	—	—	100	8	—	—	—	2	20	
シ ョ ウ ガ	24	160	21	143	17	150	23	88	8	75	19	123	

項 目				自家生産型		準自家生産型		中 間 型		準行商專業型		行商專業型		平 均	
				40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年	40年販 売割合	40年/ 30年
洋 菜	パセリ	2	増	—	—	—	100	—	—	—	—	—	—	20	
	サラダ	—	—	—	増	—	100	—	—	—	—	—	—	20	
	レタス	9	250	7	400	14	350	23	400	8	—	12	280		
	ラレシ	—	—	—	—	—	100	—	—	—	—	—	—		
	アスパラ	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—		
	ピーマン	39	460	39	167	36	500	31	400	21	500	33	405		
菜	セルリー	2	増	4	—	5	100	—	—	4	増	3	20		
	カリフラワー	21	300	27	1,100	24	350	35	133	10	増	23	377		
果 実	モモ	2	200	14	増	10	増	15	100	—	—	8	60		
	リンゴ	1	100	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20		
	ミカン	3	減	5	増	—	—	—	—	2	増	2	—		
	ナシ	14	160	16	150	10	200	15	100	6	増	12	—		
	ブドウ	5	100	5	100	10	増	4	—	—	—	5	40		
畜 産	トリ肉	9	175	19	144	10	67	17	86	37	1,100	18	314		
	ブタ肉	2	80	—	—	10	100	2	増	23	増	7	36		
	卵	66	25	48	900	48	100	65	113	62	200	58	128		
加 工 品	モクダニ	20	100	6	80	21	133	21	200	29	122	19	127		
	タクアン	—	—	4	100	—	—	2	—	4	200	2	60		
	ウナギ	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—		
	ウナギ	14	120	29	200	19	400	23	200	12	167	19	217		
川 魚	ドジョウ	4	100	25	増	—	—	8	—	2	増	8	60		
	コイ	—	—	—	—	—	—	5	—	—	—	1	—		
	フナ	—	—	—	—	—	—	5	100	—	—	1	20		
生 花		—	—	8	—	8	500	3	—	—	—	4	100		

ゆくにしたがって、米の販売割合は増加して、行商專業型では58%と半分以上の人が米の行商を行なっている。

またトウモロコシ、サヤエンドウ、インゲン、エダマメなどは、いずれも未成熟のもので、その季節に行商されるもので、トウモロコシやエダマメは行商者の半分以上がその販売品目のなかに加えている。

果菜類では、トマト44%、キュウリ42%、カボチャ42%、ナス35%という販売割合を示し、自家生産型ではトマト、キュウリ、カボチャなどの青果物の販売割合は平均して他の行商形態より多く、これに反して行商專業型では集約な果菜類の販売割合は低い。

葉菜類は、行商品目のなかで最も鮮度をたつとぶものであるが、カンラン37%、ホーレンソウ36%、ネギ31%、ハクサイ27%、ミツバ23%という順でこのうち、ホーレンソウ、ミツバなど鮮度が短時日で落ちるものは、一部の行商形態を除き、自家生産型から行商專業型にゆくにしがたい販売割合は減少している。特に、行商

專業型の場合鮮度が問われる葉菜類の販売割合が他の行商形態に比して低い。つまり、葉菜類は一般に価格変動が大きいこと、また荷がかさ張り、それに比べて利巾が少ないことに原因しているものとみられる。

根菜類の販売割合は、ダイコン30%、バレイショ29%、カブ26%、ニンジン26%の順で、ダイコンは自家生産型から行商專業型にゆくにしたがって増加し、カブも同様の傾向がみられる。これらは顧客の要望もあって大衆的なそ菜の販売割合が増加しているものとみられる。

洋菜類の販売割合は、ピーマン33%、カリフラワー23%、レタス12%の順で、パセリ、セルリーなどの洋菜は消費需要がなく、洋菜の中でも一般的なピーマンとか、カリフラワーの消費の多い点が特徴的である。

畜産物では、鶏卵58%、トリ肉18%の販売割合で、卵の行商割合が多く、これは顧客による注文が多いためとみられる。

以上は、現在行商されている品目の現状であるが、昭

和30年と40年の行商品目の移り変りについてみると、穀しゅく類の米は30年と40年ではほとんど変化していないが、ムギは8%で30年に比べて消費需要が減退した品目であることを示している。その他のアズキ、ソラマメ、インゲン、サヤエンドウ、トモロコシ、エダマメなどはいずれも増加している。

果菜類では、昭和30年当時に比べて、減少したものはなく、スイカ、メロンなどはいずれも倍の販売割合を示し、トマト、キウリ、ナス、カボチャはいずれも30~50%以上の増加を示している。

葉菜類では、カンラン、ミツバ、ニラは30年に比して80%以上の販売割合の増加を示しているのに対して、タマネギ、ホーレンソウ、コマツナなどは10%前後の増加

にすぎない。

根菜類では、ニンジン、パレイショ、ショウガが50%の増加を示しているがダイコン、カンショは7~15%で増加率は低い。

洋菜類では、ピーマン、カリフラワー、レタスがいずれも2~4倍でその増加率が高く、これらは、いずれも栄養価に富みレタスは生食用としての認識が高まったためとみられる。

以上のように、昭和30年の行商品目と40年の行商品目には移り変りがみられるが、商品としての性格は次のように考えられる。昭和30年当時と現在を比較して、移り変りの激しいもの、移り変りのないもの、両者の中間とるように分類したのが第10表である。まずAおよびM

第10表 昭和30と40年の変化と現在の販売割合による行商品目の分類

販売割合	40年/30年	~10%	11 ~ 20%	21 ~ 30%	31 ~ 40%	41 ~ 50%	51%~
減少か変化のないもの (0~120%)		麦, ブドー, ワサビ, ブタ肉, セルリー, ツクダニ, モモ, ドジョウ (A)	タマネギ, ゴボ, ー, カンショ (B)	ソラマメ, ダイコン, カブ (C)	米, ネギ, ホーレンソウ (D)	— (E)	トモロコシ (F)
中間のもの (121~150%)		— (G)	レンコン, ショウガ, モチ (H)	インゲン, ハクサイ, コマツナ, ニンジン, バレイショ (I)	ナス, ウリ (J)	エダマメ, キウリ, カボチャ (K)	卵 (L)
変化の激しいもの (150%以上)		アズキ (M)	レタス, トリ肉, ウナギ (N)	サヤエンドウ, メロン, ニラ, カリフラワー (O)	スイカ, カンラン, ピーマン (P)	トマト (Q)	— (R)

グループの行商品目は顧客の依頼によって行商する品目と考えられる。行商者の荷の大半を占めるものはC, I, O, J, P, K, Q, F, Lの各グループの品目で、行商の安定収入品目は、Dグループの米、ネギ、ホーレンソウ、Jグループのナス、ウリ、Pグループのスイカ、カンラン、ピーマン、Kグループのエダマメ、キウリ、カボチャ、Qグループのトマト、Lグループの鶏卵などであるとみられる。これら行商品目はその販売割合がきわめて高く、13品目の市場価格も、カンラン以外はいずれも安定している。またそ菜類では果菜の比重が高いことを示している。そ菜以外では鶏卵と米であるがこれらは価格が安定している。したがって、荷の内容として欠かせない品目は果菜類を中心とした13品目とみられ、それにC, I, Oのグループの主として葉根菜を中心としたものが荷の内容の従的な存在となっているものと考えられる。

7. 訪問先の暮し向きと1回あたり購入金額

行商の訪問先を公務員、会社員、個人商店、旅館、食堂、その他に分類し、生活水準から判断して上、中、下の階層分けをしたものが第11表である。

まず特徴的なことは、行商者の訪問先が、各形態とも中程度の生活水準の家庭を訪問先としているのが多いことで、生活水準が中以下というのは一部を除き10%以下で、中以上は10~35%の範囲となっている。

また、生活水準と職種との関係から訪問先をみると、生活が上の部類に入っているものは会社員43%、個人商店21%、公務員18%の順である。

中程度の生活水準では会社員45%、公務員20%、個人商店16%で合計81%で最も多く、また下の生活水準では会社員52%、公務員15%、個人商店8%という順序となっている。

行商が顧客を訪問する順序は、第12表のようで、一定の道順で訪問するのが58%と多く、1日おきに逆の道順で訪問するが29%、道順を考えないで訪問するが13%となっており、特に1日おきに逆の道順で訪問するのは、顧客へのサービスと考えられる。

そこで、顧客の1回あたりの購入金額をみると第13表のようで、上階層は400円以上38%、200~300円が25%、ついで300~400円が20%の順となっており、上階層でも100~

第11表 訪問先の暮らし向き別割合と職種別割合(%)

項 目			自家生産型		準自家生産型		中 間 型		準行商專業型		行商專業型		平 均	
			生活階層割合	職種別割合	生活階層割合	職種別割合	生活階層割合	職種別割合	生活階層割合	職種別割合	生活階層割合	職種別割合	生活階層割合	職種別割合
訪問先の暮らし向き別戸数割合	公務員	上	20	27	13	30	12	16	32	38	13	9	18	24
		中	20	67	18	63	15	71	30	57	18	87	20	69
		下	18	6	10	7	22	13	10	5	14	4	15	7
	会社員	上	34	22	50	32	41	19	28	31	60	14	43	24
		中	44	71	56	54	46	70	33	59	45	78	45	66
		下	45	7	68	14	55	11	24	10	68	8	52	10
	個人商店	上	32	40	16	36	27	24	17	33	13	38	21	34
		中	18	57	15	52	25	76	20	60	3	62	16	62
		下	13	3	17	12	—	—	10	7	—	—	8	4
	旅館	上	2	24	0.5	22	4	61	14	57	—	—	4	41
		中	2	68	1	78	1	39	2	9	—	—	1	49
		下	2	8	—	—	—	—	24	34	—	—	5	10
	食堂	上	2	21	0.5	11	6	52	7	47	6	5	4	27
		中	3	64	2	67	0	13	3	37	17	92	5	55
		下	7	15	3	22	8	35	6	16	9	3	7	18
	その他	上	10	22	20	61	10	17	2	7	8	6	10	23
		中	13	73	8	37	12	71	12	62	17	91	13	67
		下	15	5	2	2	15	12	26	31	9	3	13	10
	計	上	100	27	100	35	100	21	100	34	100	11	100	26
		中	100	67	100	54	100	70	100	54	100	83	100	66
		下	100	6	100	11	100	9	100	12	100	6	100	8

第12表 行商者の訪問順序(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商專業型	行商專業型	平均
訪問順序						
一定の道順で訪問する	57	58	63	38	73	58
道順を考慮しない	32	33	18	46	18	29
道順を考慮しない	11	9	19	16	9	13

200円の購入額が16%を占めていることは、生活水準が高くとも1回あたりの購入金額が必ずしも多いとはいえないことを示している。中階層では、100～200円38%、200～300円が29%、300～400円が14%となり400円以上の購入がわずか10%であることは、上階層と対照的である。下の階層では、その傾向がさらに強く、100～200円が46%、100円以下が35%、200～300円が17%で、この階層では、1回あたりの購入金額がいかにかに少ないかが分る。

そこでさらに、職種別に上、中、下階層の1回あたりの

第13表 暮らし向きと1回当たり購入金額の割合(%)

項 目	公務員	会社員	商店	旅館	食堂	平均
暮らし向き						
上						
～100円	1	3	2	—	—	1
101～200	17	19	18	33	—	16
201～300	22	20	22	14	31	25
301～400	45	33	12	7	8	20
400～計	15	25	46	46	61	38
中						
～100円	13	11	7	—	—	9
101～200	50	42	31	25	8	38
201～300	29	29	22	16	29	29
301～400	7	15	13	29	19	14
400～計	1	3	27	30	44	10
下						
～100円	100	100	100	100	100	100

項 目	公務員	会社員	商店	旅館	食堂	平均
～100	67	56	22	—	—	35
101～200	24	41	54	—	50	46
201～300	9	2	10	—	50	17
301～400	—	1	2	—	—	0
400～	—	—	12	—	—	2
計	100	100	100	—	100	100

購入金額をみると、公務員では、上階層が300～400円が45%で最高の割合を示しているのに対し、中階層では100～200円が50%で最高を示し、下の階層では100円以下が67%と最高を示している。すなわち、公務員の場合は、水活水準の差が明らかに、生活必需品である行商品の1回あたりの購入金額の差として現われている。会社員の場合も、この傾向は全く同様で、上、中、下の各階層の差が1回あたり購入金額の差として現われている。個人商店の場合は、上階層と中、下階層の差がみられ、中、下階層の差は前2者の場合よりも明瞭でない。つまり中階層では100～200円が31%で最も大きい割合を示しているのに対し、下階層もやはり100～200円が54%と最も大きい割合を示していることから考えられる。商店の場合サラリーマンのような、はっきりした階層差が現われにくいのは、その商店の規模に対して、行商品の1回あたり購入金額が零細なためではないかとみられる。この点は旅館および食堂についても全く同様の傾向を示している。

また、顧客が行商者に対する注文品の割合をみると第14表のようである。

かごの内容品の中で、10～30%の注文を受けるが36%で30～50%の注文が23%となっており、30%以上の注文品の割合は57%となり、荷の半分以上は、顧客の注文品によって占められていることになり、注文に応ずることは行商にとって、後述のごとくいい値で売れることにもなり、ここに行商の永続性の一端をうかがうことができる。行商品の販売方法についてみると、行商者のいい値で売れると解答したものが61%にも及び、値切られると解答したものが38%となっている。このように、顧客に対して、いい値で売れる点は、自己搾取としての行商の肉体的つらさを忘れさすことのようにもみられる。

また、顧客に対する行商者の訪問年数をみると、5～10年が37%で最も多く、10～15年が24%とついでいる。とくに5年以上訪問しているものでは、78%にも達し5年以下の訪問者が比較的少ないということは、現在行商として新たに加入するものが減少したことを意味するも

第14表 行商品の販売方法と訪問年数の割合(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
行商品目の注文の割合	%					
～10	14	25	15	31	—	17
11～30	36	36	45	38	23	36
31～50	30	25	25	—	38	23
51～70	12	7	15	15	30	16
71～	8	7	—	16	9	8
計	100	100	100	100	100	100
販売方法						
いい値で売れる	66	68	55	71	46	61
ねぎられる	32	29	45	29	54	38
ねぎられたりかわる	2	3	—	—	—	1
計	100	100	100	100	100	100
訪問年数	年					
～1	4	—	—	8	—	2
1～2	6	14	5	—	—	5
2～3	14	4	10	—	—	6
3～4	4	7	5	15	—	6
4～5	6	4	5	—	—	3
5～10	38	43	35	31	38	37
10～15	14	21	15	23	46	24
15～20	6	4	15	15	16	11
20～	8	3	10	8	—	6
計	100	100	100	100	100	100

のであり行商組合にとって一つの転期を示したものと考えられる。

8. 行商収入と農家経済

まず、行商による1日の売上高をみると第15表のよう
で、2,500～3,000円が13%で最も多く、次いで3,500～4,000円が11%、4,500～5,000円が11%、3,000～3,500円が10%で売上高の最高は7,500円以上が8%で行商者によって、その差が大きく、一概に言えないが、3,000円以上を合計すると59%である。また1日あたりの平均販売金額は、3,895～4,291円である。この売上金額で特徴的なことは第16表のように1日の売上高を3,000円以下と3,000円以上に分類すると、自家生産型から行商専業型にいくにしたがって、3,000円以上の販売割合が増加していることで、自家生産型の場合3,000円以下の販売割合が実に80%を占めていることは、行商品のほとんどが、自家生産のものであるため、行商するのに仕入金が不要であり、売上高のうち、その大部分は労働報酬という形で取得しうするため、他の行商形態に比べて、売上高は少なくともその所得額は多いとみられる。それ

第15表 行商による1日の売上高ともうけ

項 目		自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
1 販		円	円	円	円	円	円
日売	1 日め	4,887	3,375	3,754	3,539	4,566	4,021
当金	2 日め	4,008	2,942	3,550	6,397	4,558	4,291
り額	3 日め	3,833	3,198	3,854	3,927	4,662	3,895
行 商 に よ る 一 日 の 売 上 高	500～ 1,000	18%	—%	—%	—%	—%	4%
	1,000～ 1,500	20	4	5	8	—	7
	1,500～ 2,000	12	12	5	—	8	7
	2,000～ 2,500	12	15	10	8	—	9
	2,500～ 3,000	18	19	20	8	—	13
	3,000～ 3,500	12	12	—	25	—	10
	3,500～ 4,000	—	8	30	—	15	11
	4,000～ 4,500	4	8	5	17	8	8
	4,500～ 5,000	—	—	—	8	46	11
	5,000～ 5,500	—	4	5	—	—	2
	5,500～ 6,000	—	4	5	9	8	5
	6,000～ 6,500	2	8	10	—	—	4
	6,500～ 7,000	—	4	—	—	—	1
7,000～ 7,500	2	—	—	—	—	0	
7,500～ 計	—	2	5	17	15	8	
計	100	100	100	100	100	100	
一 日 の も う け	500円 以下	—	—	5	8	—	3
	500～ 1,000	45	27	35	38	31	35
	1,000～ 1,500	37	50	25	31	54	39
	1,500～ 2,000	8	15	35	15	7	16
	2,000～ 計	10	8	—	8	8	7
	計	100	100	100	100	100	100
農 家 総 行 商 収 入 に 対	1 割以 下	9	5	—	8	—	4
	1 ～ 3	54	54	44	54	50	51
	3 ～ 5	30	33	50	23	25	32
	5 ～ 7	3	8	6	8	8	7
	7 ～ 9	4	—	—	—	—	1
	9 ～ 計	—	—	—	7	17	5
	計	100	100	100	100	100	100

第16表 行商形態による売上高の割合(%)

1 日 の 売 上 高	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型
3,000円 以下	80	50	40	24	8
3,000円 以上	20	50	60	76	92

に比べて、行商専業型は仕入の大半は現金支出によってまかなわれるため、商業利潤の獲得と、その増加を旨とするためには、どうしても1日あたりの売上高を増加しなければ、利潤が行商者に帰属しないことになる。この点は、前述の第14表の行商者の販売方法のうち、値切られると解答した割合が最も多いのは行商専業型の54%が最高であるのと符合している。

また、1日の販売金額に対して、1日のもうけをみると1,000～1,500円が39%で最も多く、500～1,000円が35%で、1,500～2,000円が16%という順で、これを行商形態別に1日の利益額の多い割合をみると、自家生産型で500～1,000円が45%、準自家生産型で1,000～1,500円が50%、中間型で1,500～2,000円が35%、準行商専業型で500～1,000円が38%、行商専業型では1,000～1,500円が54%とそれぞれ最高の割合を示している。このように、行商の形態によって、利益額に差を示すのは、農家の経営規模との関係を見る必要がある。すなわち、自家生産型では175a、準自家生産型が162a、中間型が115a、準行商専業型が120a、行商専業型が28aであり、準自家生産型および中間型の階層は農業収入だけでは生活の苦しい階層である。したがって、1日あたりの利益が多くなければならないことと、農家収入に占める行商収入が3～5割を示しており、行商が農家経済にとって重要な比重を占めている。

その点自家生産型の行商は、その行商収入が1～3割が多く、行商の比重が前2者に比べて低いと考えられる。自家生産型では、むしろ農業収入が農家経済の重要な比重を占めているので、1日の利益額についても前2者ほど高くない結果を示している。

9. 行商に対する感想について

行商することに対しての感想で、楽しい、やむをえないという二つの項目についての解答をみると第17表のようである。やむなくやっているが53%で、楽しいが47%を占めている。楽しいということの内容は、日ぜに入るが69%で最も多く、行商先で知識が吸収できること、車中が楽しいと答えている。また、やむをえずと解答した、その内容は、体が疲れる74%、家庭が犠牲になるが26%で、大半のものは疲労感を訴えている。

行商の将来に対しては、一代でやめたいが46%、暮し

第17表 行商に対する感想(%)

項 目	自家生産型	準自家生産型	中間型	準行商専業型	行商専業型	平均
行商経営主に 収入を渡す	94	79	75	100	85	87
行商経営主に 収入を渡さない	6	21	25	—	15	13
行商に対する感想						
楽しい	56	56	45	38	38	47
やむをえない	44	44	55	62	62	53
楽しいことの理由						
知識が吸収できる	20	14	25	—	29	18
車中が楽しい	3	5	—	50	—	12
解放感	3	5	—	—	—	1
日ぜに入る	74	76	75	50	71	69
計	100	100	100	100	100	100
やむをえない理由						
他のつとめより歩が悪い	—	—	—	—	—	—
家庭が犠牲になる	20	9	25	50	25	26
つかれる	80	91	75	50	75	74
計	100	100	100	100	100	100
行商の将来						
今後も続ける	28	25	22	23	16	23
一代でやめたい	47	50	44	46	42	46
すぐやめたい	6	—	6	8	17	7
暮しがらくになったらやめる	19	25	28	23	25	24
計	100	100	100	100	100	100
今後続ける場合何才までやるか	59才	59才	56才	65才	60才	60才

が楽になったらやめるが24%で、いずれも現在の行商に対して消極的であり、今後も続けるが23%で、積極的な意見が少ない傾向がみられる。さらにこの場合、何才まで続けるかという問に対して、ほとんど60才という解答をしていることから、60才が一応行商の肉体的限界と考えられる。

摘 要

大都市近郊における農産物流通の一形態として行商の実態について調査した。その結果を要約すれば次のよう

である。

1. 行商成立の条件は、農業経営内における余剰労働力の利用による収益の増大であったが、現在では農家経済の不況による収益の増大へと変わってきている。

2. 栽培技術に統一性がみられないのは、行商作物作付規模の零細性によるものとみられる。

3. 朝市に出荷される行商品は、品質的に中物が多い。

4. 行商者と顧客の人間関係は密接であるから行の永続性が考えられる。

5. 行商者は顧客を40戸もっているが、1日に訪問しうる戸数は20戸である。

6. 行商者の大半は団地や住宅街を訪問している。

7. 農産物の商品としての性格は、果菜類の比重が高く、他のそ菜は従的なものである。

8. 1回あたりの購入金額は顧客の生活水準によって影響される。

9. 行商の形態によって売上高に差があらわれるのは、行商の農家経済に対する依存度によって影響される。

10. 行商の将来は、世代の交替が行なわれていないこと、労働力の不足によって、発展はあまり望めない。

文 献

- 1) 千葉県印旛支庁(1964): 行商の実態: 22-23.
- 2) —————(1964): 同 上 : 23-24.
- 3) —————(1964): 同 上 : 56-57.
- 4) —————(1964): 同 上 : 10-11.
- 5) 石川武彦(1939): 青果配給の研究, 西ヶ原刊行会, 東京: 393-430.
- 6) —————(1939): 同 上 : 432-435.
- 7) —————(1939): 同 上 : 438-444.
- 8) 伊藤三次・宝田善(1959): むらと人間と教育, 東洋館出版社, 東京: 186-189.
- 9) 暮らしの手帳社(1965): 暮らしの手帳, No. 81: 138-141.
- 10) 毎日新聞(1966): 農業を考える, 8月9日号.
- 11) 農林省農業総合研究所(1959): 総研月報 No. 126: 16-26.
- 12) 勝賀瀬寛(1965): 青果物流通の実態・歴史と展望, 農山漁村文化協会: 182-190.
- 13) 東京大学医学部公衆衛生学教室(1963): A町F地区における高血圧の実態: 93-95.
- 14) 藪崎梅吉(1951): 行商発達史, 青常青果協同組合: 6-10.