

## 博覧会と産地ブランドの形成

—明治期の「青森」の林檎を事例に—

白 井 泉

明治期以降に開催された博覧会は「個」での出品が多くを占めたが、来場者や審査官には道府県等の「集団」間の競争の場としても映った。そのため博覧会である商品の有力産地として認知されれば、同地域同商品の市場での販路拡大や名声確立に繋がり、その利益は同地域の出品者以外の人々も享受できる。本稿は博覧会で好評を得たことも足掛りに産地ブランドが育った事例として「青森」林檎に注目し、その背後で①同地域の民間団体が「官」を巻き込み催した全国的博覧会の予選も兼ねた産地内品評会が、栽培家が切磋琢磨し目利きに適う林檎を作る動機・基盤となっていた点、②同団体が品質を損なわずに林檎を貯蔵・輸送する方法を先駆的に研究し、その成果を産地内で広く共有し出品物に反映されているかを確認していた点を強調した。細かな手作業の積み重ねが生産・流通過程の要所所で効果を発揮し「青森」林檎の品質を底上げしたことは産地ブランド形成の一助になったであろう。博覧会も契機に林檎をテコとして市場経済に適応していく同地域の人々の姿は後進性ととも語りされてきた戦前東北農業・農村の新たな一面を示す事例でもある。

### はじめに

本稿の目的は、明治期に殖産興業政策の一環として開催された内国勸業博覧会（計5回、第1～3回は東京で各々1877、1881、1890年、第4回は1895年に京都、第5回は1903年に大阪で開催。以下、内国博と略記）や共進会をはじめとする品評の場（以下、総じて博覧会と称す）が、農作物の産地ブランド形成にいかにかかわったのかを、とりわけ明治政府が海外から導入した新種の果物であった林檎の事例に即して明らかにすることである。

農作物は工業製品に比べて品質にばらつきが出やすい。そのためブランド形成が難しいとの考えもある。また、品質の差は生産者個人よる部分も大きい。しかし、人々からより認知され選ばれる生産者の商品、さらには品種、産地、組合、集散地、商店等の商品が存在するという意味でブランドは形成されてきた。とくに産地ブランドの場合、その確立が地域の経済や文化、生活、景観等を持続させる一助になってきたことは疑いなく、それが歴史的にいかにか形成されてきたのかを探ることは意義あることと思われる。そしてその際、博覧会は、産地ブランド形成を考えるうえで欠くことのできない要素である。以下では主要な先行研究に触れつつ本稿が取り組む3つの課題とその含意を述べる。

1) 今日、地域（産地）ブランドは、「地域の自然的条件を活かした特産物や地域に歴史的な関連のある伝統的工芸品あるいは地域において提供される特色あるサービスなどを、複数の事業者が地域名を冠した共通のブランド」とされ、地域団体商標制度により保護されている（経済産業省（2013）、5頁）。

ある商品の生産・流通に関わる人々がブランドを築いていくためには、その人々の商品が取引相手や消費にかかわる主体から他の商品よりも選ばれることが必要である。その競争の舞台となるのは「目利き」が存在し、生産物とその関連情報を一堂に集め、それらと比較し、その結果を公表するシステムを持つ空間である。歴史的にそれを担ってきた場としてすぐに想起されるのは優劣の差が価格に表れる市場であろう。しかし、ひとつの市場に特定の商品があらゆる人々から同時に出荷されてくるとは限らない。また、そもそも取引に関わる商人や消費者、そして生産者までもがいかなるものが「いいもの」であるかが分からず、評価の軸が定まっていないこともある。海外の生産物が輸入され、鉄道網の整備により遠隔地との取引が近世期以上に活発になった明治期にはそのような商品が市場に多く登場したはずであり、本稿が注目する果物、なかでも林檎などがまさにそれに該当する。このような場合、会期を定めて生産物とそれらに付随する情報を一箇所に集め、上位者に褒賞や賞金を与える博覧会は、市場による評価に先行して「目利き」をする役割を果たしたであろう。

第1回内国博以降開催された近代日本における博覧会が近世期以来の見世物的なものではなく、経済および産業の発展に貢献したことはこれまでも明らかにされてきた<sup>2)</sup>。とくに、國(2005, 2013)、清川(1995)、ならびに博覧会とブランド形成との関係を明示的に指摘した橋野(2007)の研究は博覧会の諸機能を丹念に整理してきたが<sup>3)</sup>、そのうち以下の3つは生産物のブランド形成と密接に関わったと推察される。まず、①博覧会が審査基準や報告書の類を通じて市場の価格情報のみからは生産者が把握できない商品生産の指針や品質上の改善点を示したことであり<sup>4)</sup>。すなわち博覧会は、いかなる商品を作れば博覧会に限らず市場でそれが「いいもの」として評価されるのか、付加価値の獲得に繋がる伸び代を伝達した。また、②博覧会が生産物や産地名を宣伝し、販路を拡大する機会を出品者に与え、③褒賞制度により特に優れたものに対して専門家によって構成された審査官のお墨付きを与えたことも重要である<sup>5)</sup>。

では、ブランドの形成ともかかわる博覧会は「誰」と「誰」が競う場であったのか。上記の先行研究では博覧会を道府県や産地という「集団」間の競争の舞台と述べる一方で、個々の「出品者」間の競争の場ともしている。博覧会がいかなる装置として設計され、また、それが出品者は勿論のこと、主催者と、さらには商人を含む来場者の視点からどのように映っていたのかを精査することは、のちに展開する議論の前提として不可欠である。そこで第一の課題は、博覧会の会場設営のあり方に関心を寄せてきた他分野の研究成果も参考にしながら、競争の舞台としての博覧会の性質を明らかにしていく。

続いて目を向けるのは、博覧会の評価とそれに対する信頼がいかに保証されたのかである。先に生産物のブランド形成に関わる博覧会の機能として①～③を挙げたが、そのうち②と③は博覧

2) 清川(1995), 241-280頁; 橋野(2007), 113-129, 205頁。

3) 具体的には、評価、公示、および調査機能が指摘されている(清川(1995), 247頁; 國(2005), 53-54, 71頁; 國(2013), 177頁; 橋野(2007), 205頁)。

4) 清川(1995), 247頁; 橋野(2007), 113頁。

5) 國(2005), 53-54, 71頁; 橋野(2007), 205頁。

会に出品することにより初めて得られるメリットであった。そのように考えると、あえて費用をかけてまで博覧会に出品する人々の目的はとくに②と③の利益を得るためであったと言える。そしてそれらの機能への期待は、地方で開催され上位者に賞金が支払われることもあった共進会よりも、東京、京都、大阪といった大消費地で開催され、金銭的な褒賞が出ないにもかかわらず多数の出品者を集めるようになっていった内国博に対して強く寄せられたのではなかろうか。しかし、博覧会が③のような「箔を付ける」力を持つには博覧会の審査に対する人々の信頼がなければならない。その点に関して國(2005, 117-120頁)は、内国博の場合、「官吏教授」による審査への不満が上がり、第3回からは民間からも審査官が出るようになったことを述べている。加えて同時期には、博覧会で上位の褒賞を得ることが市場での評判に繋がることを認識していた出品者が審査結果に不服を申し立て、審査官を相手に訴訟を起こすケースが相次いだことを指摘している。ここから読み取れるのは、審査結果に対する出品者の納得が必ずしも得られない一面がありながらも内国博の褒賞が市場で価値を持つようになっていったことである。では、林檎のような新商品で、色、形、味などが異なる100以上の多数の品種が混在し、いかなるものが「いいもの」かが定まっていなかった生産物の審査は、どのような基準と人材によって行われ、また、評価への信頼はいかに確保されたのか。本稿は第二の課題として、上記の諸点を明らかにしていく。そしてそこでは博覧会の開催もきっかけとなり、「日本人好み」の林檎が選抜され、「目利き」の尺度が定まっていく過程が示されるのであるが、では、博覧会で好評を獲得し、そのうちに林檎の有力産地としての地位を築いていった地域はどこであったのか。

ここで農作物の産地ブランド形成について触れた先行研究に着目すれば<sup>6)</sup>、米の「銘柄」に関する持田(1970)の研究は、それを「ブランド」に置き換えて俯瞰的に読み解くことで重要な示唆を与えてくれる。同研究によれば産地の「銘柄」は、「生産地の外の市場」で産地間競争が展開されるなかにおいて、(1)味や見た目などの商品の品質や価格帯の面で消費者の嗜好に合う商品を生産することや、(2)貯蔵、運搬、および取引の便宜を図り、梱包など流通過程に関連する部分で工夫をし、「より良い」と選ばれる商品づくりに成功することによって形成されてきた<sup>7)</sup>。この指摘はブランド形成を論じる際、生産・流通に関わる主体が内発的にいかなる創意を凝らし、取引相手や消費者の潜在的ニーズにうったえかけたのかを精査すると同時に、彼らが「何を求めているか」を把握し、すでに顕在化しているそれらの要望に「どう対応したのか」も明らかにする必要があることを我々に教えてくれる。また、産地間競争が展開されるなかで競争相手に先行して(1)や(2)を実現し得た理由も押さえるべきであろう。

このような視点で林檎産地に関する先行研究に目を向けると、それらは1906年以降生産量で第1位となった青森県が産地の名声をどう高めていったのかを、(1)と(2)の両面から解明する試みであったと言える。波多江・齋藤編(1977)、波多江(1978)は、他の道府県の林檎栽培家の

6) 持田(1970);玉(1996);満園(2014)など。順に、米、「仙台白菜」、「宇治茶」を分析の対象としている。

7) それは対米輸出向けの生糸取引でブランドを確立した開明社が行なったこととも重なる(中林(2003))。

多くが病虫害の蔓延を前にその生産を断念していくなかで、青森県では1905年以降袋かけを急速に普及させたことの重要性を述べた。それを踏まえ(1)について白井(2016)は、手間暇のかかる同作業が広まった背景として、袋かけには林檎を消費者の求める色艶に仕上げる効用があり、その実施が収益を拡大させるとの認識があったことを示した。(2)に関しては、1907年設立の南津軽郡竹館村を拠点とする産業組合が、市場の制度が不完全であることも一因に遠隔地との取引でのトラブルが絶えないなかで、商品の斉一性の向上や商標の導入など流通面での改善を先進的に行い、消費地の問屋の信頼を得て「竹館」ブランドを築いたことが明らかにされている<sup>8)</sup>。

そしてここで改めてこれらの前史となる時期の史料を繙くと、青森県の一部の林檎栽培家が「官」を巻き込みつつ団体活動を展開し、「生産地の外の競争の場」である博覧会への参加も契機に(1)と(2)を満たすことに繋がる知識の共有と学習を産地内で進め、「青森」のブランドを育てていたことが浮かび上がってくる。経済史と開発経済学を融合させた見地から Hashino and Otsuka eds. (2016) は、産地の発展上同業組合と地方政府の果たす役割の大きさを指摘しているが、青森県では具体的にいかなる取り組みがなされていたのか。以下ではこれまで述べてきた3つの課題を順次明らかにしていくが、対象時期は第1回内国博が開催された1877年を起点に最後の内国博が1903年に開かれたことを考慮して1900年代前半までとする。

## 1 各主体から見た博覧会という舞台——内国博に注目して

### (1) 産業発展の根本となる「他人ニ負ケヌ様」という意識

日本における産業奨励を目的とする博覧会の端緒は内国博であった。ウィーン万国博への参加、そして岩倉遣欧使節団の視察によりその有用性を認識した政府は欧米の博覧会を模倣し、国内での実施に漕ぎつけたのである。博覧会が殖産興業を意図したものであったことは周知の事実であり、その機能は先述のように種々挙げられ整理されてきた。では、その政策の根本がなにであったのかを探ると、それは先行研究も博覧会の役割のひとつとして挙げた、勸業を達成するための競争の促進であったことが浮かび上がってくる。

第1回内国博の『内国勸業博覧会諸規則』に掲載された「出品者心得」の冒頭の一文からは<sup>10)</sup>、「業」の「繁昌」が内国博の目的であること、そのために産物を一堂に集めて比較できる場を設け、生産者の「他人ニ負ケヌ」という意識を刺激しようとしていたことが分かる。では、博覧会の舞台において人々はどのような単位で競っていたのか。明治期以降開催された博覧会の萌芽、かつその後のモデルともなった内国博に注目し、主催者の意図、一般客と商人などの来場者からの視線を念頭に置きつつ<sup>11)</sup>、林檎を例に、会場設営、出品方法、審査結果、および褒賞者の公表方法から競争の単位について観察していく。

8) 白井(2012)。

9) 國(2013), 167-168頁。

10) 鶴田(1876)より「出品者心得」。以下、史料を引用する際、原則として漢数字をアラビア数字に改め、適宜句読点を付した。

11) 従来、博覧会の来場者に商人が多く含まれたであろうことは強調されてこなかった。

## (2) 競争の単位

### ①会場設営からの観察

内国博の会場設営において注目されるのは、その方法が回を重ねるごとに競争を促進するように工夫されていったことである。それを象徴するように1877年の第1回内国博では美術館、機械館以外の出品物が省・使・局と県藩の別に並べられたのに対し、第2回以降では基本的に出品物の類別にそのなかを省や地方、道府県ごとに陳列するようになった。<sup>12)</sup>しかしこの点に関してはやや留意が必要である。林檎の場合、「果実」や「果樹」などの類のひとつとして配置されたのであり、林檎の置き場所が作られ、その一箇所に道府県別に出品された林檎が並べられたわけではない。来場者の視点からは、各道府県がいかなる「果実」「果樹」の産地であり、それが賞を得られるほどであるのかを知ることができる設営であった。なお、1903年の第5回内国博では、「競ヒテ陳列装飾ノ美ヲ以テ観覧人ノ注目ヲ引クコトヲ力メ、地方毎ニ各其特色ノ意匠ヲ凝らす様子が観察され、それは出品人がそうすることに「利益ヲ覚リタルカ為」と述べられた。<sup>13)</sup>陳列は「地方毎」に行うものの、参加する「個」は多くの場合、自らを売り込む場として博覧会をとらえていると見られていたことが窺える。

### ②出品方法からの観察<sup>14)</sup>

内国博の場合、出品の意思は書類の提出をもって示された。第1回は、物名、概数、およその尺度と原価、産地、および農工人名を開催地である東京府知事宛に記した「願書式」と、「出品解説」<sup>15)</sup>が必要とされ、同形式はその後概ね引き継がれた。<sup>16)</sup>書類からは個人での出品が認められたことが分かるが、競争の単位という視点で出品方法の変遷について観察すると、主催者側は第2回内国博以降、集団での出品を促すようになっていったことが注目される。「第二回明治十四年内国勸業博覧会地方官心得」の第4条には、「一村若クハ一地方ノ所産ニテ同種ノ物品ハ其村地ノ名ヲ以テ出品セシムルモ妨ナシ」<sup>17)</sup>、「第四回内国勸業博覧会出品人心得」の第3条には「地方同種ノ産物ニシテ特殊ノ差異ナキモノハ成ルヘク共同シテ其地方若クハ総代人ヲ以テ出品スヘシ」とある。<sup>18)</sup>その背後には、出品数の増加や、「地方」の産物を集めて紹介し、優劣を競う場として博覧会が意図されていたこともあったと推察される。加えて第4回内国博の第3部農

12) 第2回の内国博では1867年のパリ万国博に倣い、比較がし易いように会場の空間設計がなされた(吉見(1992), 45頁)。

13) 農商務省(1904), 254-255頁(芳井(1981), 8頁からの引用)。

14) 岩井編(1894), 16-19, 21-22頁。

15) 鶴田(1876)。

16) 第3, 4回の内国博では、「出品願」に現住所(「庁府県何国何郡市何町村何番地」)、族籍職業名、出願人氏名(印)、第何部第何類に何を出品するのか、個数、図題、質、陳列容積、価格、売価もしくは非売かを書き込み、「解説書式」の項目は番号、物の名、方言での呼び名、出品人の氏名に加え、農産品の場合は「産地土質及段別」、「種植並採取」、「培養並保護」、「効用」、「産出高総計」、「褒賞」、および「審査請求ノ主眼」となっていた(岩井編(1894), 21-22頁)。これらの項目から博覧会は、出品者や来場者のみならず、審査官が各地の産業の詳細な情報を入手し知見を深める機会にもなったことが窺える。

17) 弾(1880), 44-45頁。

18) 岩井編(1894), 42頁。

業に関する審査報告書では、「競争ノ区域」「団体ノ組織」「品質ノ均一」として、外国を含む地域との競争を念頭に繭、茶、輸出米等を例にその品質統一の必要性が述べられ、その際、「団体組織」の発達が期待されるとの指摘がなされた。<sup>19)</sup> 博覧会の場合は、市場において集団で競う者たちの訓練の場となり得る一面もあつたであろう。ただし本稿がとくに注目する林檎の場合、出品の名義は個人になっているものが大半であり、出品者はあくまで「個」で内国博に挑む傾向が強かつた。

### ③審査結果と褒賞者の公表の仕方からの観察

審査後は基本的に部類ごとに審査報告書が出され、各府県、ときに褒賞を得た個人の名前を出しつつ、果物であれば林檎や葡萄などの品目別に講評が述べられた。<sup>20)</sup> 褒賞者については官庁ないし府県別、もしくは部、類ごとに出品物と出品者の一覧がまとめられることが多く、また、第3回内国博以降は褒賞を与える対象が民間からの出品に限られるようになった。さらに褒賞者には、各々50文字程度の寸評が付けられることもあつた。

### (3) 小括——「個」か「集団」か

内国博の競争の舞台としての性質を整理して述べれば次のようになる。集団での出品が奨励されるようになってのちも「個」での出品が多かつた事實は、出品者は基本的に自身の利益を求めて博覧会に参加する傾向が強かつたことを示唆している。他方主催者は、出品者を廃藩置県により新たに誕生した道府県の構成員の一人としても把握していた。会場の設営方法、審査報告書と結果発表のあり方、および集団での出品を促したことからして、主催者は「個」間のみならず、「集団」間、とくに道府県間の競争の場となることを博覧会に期待していたと言える。また、一般客はその空間を、道府県の物産紹介、ならびに有力産地を知る場として物見遊山的に訪ねた可能性が高く、出品物の需要者となつていったと推察される。加えて商人は、審査の結果を踏まえて専門家による評価を参考に「いいもの」を物色し、商談を展開する取引の場として博覧会を利用していったのであろう。<sup>22)</sup>

以上のように、出品は「個」で行なわれたとしても主催者と来場者には博覧会が「集団」間の競争の場としても映つていた。そのため、出品者の所属する地域がある商品の有力産地として博覧会で認知されれば、その生産物の市場における同地域の商品の取引量の増大と名声の確立に繋がり、その利益は出品者以外の地域内の人々も享受できるようになる。ここから同じ道府県や産地の名の看板を背負つた実力ある「個」が大挙して博覧会にのぞみ、多くの褒賞を得ることが地域のブランド形成の一助となつたことが想起される。その具体例を検討する前に次節では、博覧会で果物の審査がいかになされたのかを、とくに林檎に着目して明らかにする。

19) 第四回内国勸業博覧会事務局 (1896), 41-42, 45-46 頁。

20) 内務省勸商局 (1889)。

21) 内国勸業博覧会事務局 (1887); 條野 (1887); 内国勸業博覧会事務局 (1879)。ただし第2回るときには、賞ごとに全ての部の受賞者をまとめて記す方式が採られている (内国勸業博覧会事務局 (1881))。

22) 山崎・阿部 (2012), 25 頁。提出書類には、売価の項目があつた。

## 2 博覧会における「目利き」——果物、とくに林檎の場合

### (1) 果物の審査基準と審査官

内国博の審査報告書では、第3回以降、果物に関する講評が詳しくなされるようになった。例えば第3回内国博の審査報告書において、果実部門の総評の冒頭には次の記述がある。近世までは「紀伊ノ蜜柑、甲斐ノ葡萄、美濃ノ蜂屋柿及梨、安房ノ枇杷」の他に地方の産物として名の通った果実はなく、「果樹ノ栽培ハ殆ト之ヲ農業ノ外ニ置キタルモノノ如」くであった。それが1890年代には「内外交通」が開け、「貯蔵法モ頗ル進歩」した結果、洋式の饗宴の際には必ず果物が食卓に上がるなど「一種欠クヘカラサルノ食品」となり、盛夏でさえも鮮度が高い果実が容易に求められるようになった。なかでも「西南ノ蜜柑、東北ノ苹果〔林檎のこと〕ハ、各一方ニ峙立シ互ニ雄ヲ争フノ状アリ」、「将来ニ望ミ多シ」、と。すでに近世期から大衆も口にしていたとされる蜜柑と並び、輸入後10年少々経った時期ながら林檎に期待が寄せられている。そして同報告書からは、在来か舶来かに関わらず、果物が市場に流通し消費されるようになっていった時期が明治中期以降であったことが窺える。では、そうした新たな商品群であった果物の品質は博覧会においていかなる審査基準、および審査官によって測られ、また、評価に対する信頼はどのように保証されたのか。

博覧会の審査基準は早くから全国的に統一されていた<sup>24)</sup>と言うが、管見の限り果物を審査する際の項目が詳しく分かるのは、1897年の東北六県の聯合物産共進会と1903年の第5回内国博である。まず、共進会の「果実審査附点用紙」の様式に注目すると、品質、色沢、貯蔵、香味、形状、および需用が最低限評価する項目として定められており、ほかに3項目分の余白もあった。各項目の下にはコメント欄も設けられている。一方第5回内国博では、全数調査であったのかは不明であるが、平均周囲、平均高さ、平均重量、ブドウ糖、酸（蜜柑の場合はクエン酸、林檎では林檎酸）、酸糖比率といずれも数量比較が可能な項目が挙げられている。また、上記の共進会と同様に、香味や、生産量を確保でき一産業として成立するか否かにも目を向けられていたことが審査報告書からは見受けられる<sup>25)</sup>。果物の品質の基準は、口にすることで判明する①味、②食感、視角や嗅覚で分かる③見た目（色、形）、④香り、情報が上乘せされることで伝わる⑤栄養素、⑥安全性の以上6つに大別されようが、博覧会の審査基準から本稿が対象とする時期は、とくに人々の関心が少なくとも①、③、④に寄せられていたと考えられる。加えて、博覧会の審査は産業としての可能性や生産方法なども考慮して行われており、将来性があるものの市場の「目利き」では淘汰される品目を見出す効果を持っていたことも指摘できる。

では、審査はいかなる人材が担ったのか。果物の審査官の顔ぶれを観察すれば、諏訪鹿三、福羽逸人、ならびに玉利喜造など、海外に渡航し現地で博覧会や産業の様子を見てきた経験を持つ

23) 第三回内国勸業博覧会事務局（1891a）、111-112頁。

24) 清川（1995）、245頁。

25) 後者は審査報告書の内容と、そこに掲載された表からの推察である。

26) 岩手県（1898）、65頁。

27) なお、出願書類の「審査請求ノ主眼」の項目には、生産上の「改良点」や「好結果」を得た方法、「販売額」が増加したのか否か、「外国ニ輸出」を図るか等も含まれた。

者、および農学士が含まれていたことが見えてくる。本稿の冒頭で述べたように、内国博では審査官に対する信頼が揺らぐ一面もあった。そうしたなかで果物の審査は第5回内国博までに一部、科学的な成分分析と数量化した情報による比較が導入され、客観性を確保するようになっていった。しかし、香りなどそのような方法に適さない項目も含まれていたこと、審査報告書では産業としての有望性に関する見解を述べることを要求されたことを踏まえると、当然のことながら見識があると人々から認められる人物が審査を行なうのが妥当であったのは言うまでもない。そのため、果物の場合、その生産と消費が日本よりも定着していた海外の動向に詳しい者に吟味を委ねることは理に叶っていた。実際に審査官の一人であった福羽は、1896年に『果樹栽培全書』なる書物を著し、林檎についても「来歴」「苹果ノ用途」「苹果樹ノ栽培ニ適スル氣候」「苹果ノ良種ヲ撰択スルコト及種類ノ解説」なる項を設け、フランスを中心に海外の様子を交えつつその豊富な知識を紹介している。<sup>28)</sup>

## (2) 博覧会において好評を得た林檎

続いて、林檎の場合、博覧会において具体的にどのようなものが「いいもの」とされたのかを確認しよう。第3回内国博の審査報告書は林檎について、「結実頗美ナリ将来其産出多カラコトを望ム」と述べている。<sup>29)</sup> 特定の品種を推す指摘こそないもののその実の際立った外観的な美しさが審査官たちを魅了し、産業としての可能性に期待が寄せられている。一方第4回内国博のときには林檎の品種名を挙げた講評がなされ、「優等ナル」としてのちの二大品種となる国光および紅玉を順に示す雪ノ下、満紅を含む22品種の名が具体的に挙げられた。そのうち審査報告書で特別に取り上げられ言及された芹川と浅野の2品種に注目すると、いかなる林檎が「いいもの」とされたのか、その条件が浮かび上がってくる。<sup>30)</sup>

芹川は北海道開拓使が輸入した品種で日本には根付かなかったが<sup>31)</sup>、審査報告書では、外皮の「鮮紅」と「艶」が極めて麗しくことに「光沢」に富み、味は歯切れ良く「脆美」にして「芳香」を有し、オリヤカスを残さない、「就中其外観ノ美」は同博覧会に出品されたもののなかにも並ぶものがないと述べられた。一方の浅野について、それは「淡黄色」でこれをぬぐうと「蠟色」になるが籠に盛って食卓に置くときには「外観ノ美」は芹川には及ばない、ただし「食用」としては十分大きく形は適当としている。ここから判明するのは、林檎が、食卓に彩りを添える「飾り」としても価値を見出されており、そこでは「鮮紅」で「艶」と「光沢」のあるものがよしとされたことである。以上は審査官の意見であるが、報告書に書かれた来場者の様子からは、会場で初めて林檎に触れた者も少なくなかったのであろう彼らも林檎の「外観ノ美」に魅了されたことが分かる。「苹果ノ陳列セル前面ニハ観者常ニ群ヲ成シロヲ極メテ激賞セリ、或ハ其果実ノ何物タルヲ知ラス或ハ模造品ナルヤヲ疑フニ至レリ」との様子が記録されている。<sup>32)</sup> さらに大阪での

28) 福羽 (1896)。

29) 第三回内国勸業博覧会事務局 (1891b), 40 頁。

30) 第四回内国勸業博覧会事務局 (1896), 310 頁。

31) 杉山芬・杉山雍 (2003)。

32) 第四回内国勸業博覧会事務局 (1896), 309 頁。



第5回内国博の審査報告書にも、林檎の「美観」に惹かれた人々が、籠いっぱいにつながって置かれていた美しい紅玉を前に知らず知らずのうちに足を止めているとの描写がされている<sup>33)</sup>。

以上のように審査報告書からは、審査官や来場者が林檎の赤い色に魅せられていたことが伝わってくるが、実際に明治期以降、栽培が拡大し主要品種となっていった林檎の多くは赤い色であった<sup>34)</sup>。農商務省農務局が1882年にまとめた『舶来果樹目録』で色が紹介されている104品種の林檎のうち、<sup>35)</sup>「深紅」など明らかに赤系であると確認できるものはごくわずかで多くは黄系であった。そのなかから赤い林檎が根付いたのは、これらの品種が日本の土壌や自然環境に適していたためとも思われよう。しかし、京都帝国大学園芸学教室の初代教授であった菊池秋雄は1948年刊行の著書のなかで、欧米諸国では「需要界に於て、紅果品種と黄果品種とに嗜好の区別を設けぬ」としたうえで次のように述べている<sup>36)</sup>。

[史料1]

我が国にては、明治以来昭和の初頃までは、需要界に於て黄果品種を度外視した傾向に終始した。従て重粘の土壤に、国光、紅玉、旭の如き紅果品種を栽植し、果実の着色を完全にするために、徒らに苦心を重ね、国光の如きは之がために採収期を逸するが如き失敗を繰り返して居たのである。

黄系を「度外視」し赤系の「着色」にこだわり「徒」を重ねた「苦勞」とは、虫害を防除するのに加えて林檎の色艶を良くするために1905年頃を境に行なわれるようになった林檎の果実への袋かけと解釈して間違えない。もちろん品種の選抜は色のみを基準にしたわけではないが、日本ではとかく赤い林檎が好まれたことが菊池の指摘から窺える<sup>37)</sup>。そして博覧会は、そうした傾向を浸透させるひとつのきっかけになったと考えられよう<sup>38)</sup>。

他方、果物の味は大きく甘味と酸味から構成され、そのバランスが重要であるが、博覧会の審査報告書から想起されるのは、甘味の強さが重視されていたことである。例えば第5回内国博の審査報告書に書かれた「甘味ニ乏」<sup>39)</sup>、1907年の奥羽六県聯合共進会の審査復命書にある「味稍々酸気ヲ帯ブルノ傾キアリト雖モ」との記載、さらに色艶などはいいが「味ノ微カニ酸気ノ勝レルモノ多キヲ認ム」<sup>40)</sup>などの内容は、そのことを示している。

このように第3回から第5回の内国博の審査報告書に記された講評を踏まえると博覧会は、審査官が出品物そのものと出品時に提出される書類とを参考にしながら、果物の品質上とりわけ重視された見た目、味、香りに優れ、なおかつ産業として成立することが期待される品種を選抜していく機会となった<sup>41)</sup>。そして、人々の嗜好は個人や時代により異なるとは言え、一般に林檎の

33) 第五回内国勸業博覧会事務局 (1904), 34-35 頁。

34) 主要品種は、菊池 (1948), 杉山・杉山 (2005) による。

35) 農商務省農務局編 (1882)。

36) 菊池 (1948), 46-47 頁。

37) 波多江 (1978), 471 頁; 白井 (2016), 53 頁。

38) 例えば、国光や紅玉が選ばれた理由として、収量の多さや経済性、貯蔵性の良さが挙げられている (四宮 (2007), 26 頁)。

39) 第五回内国勸業博覧会事務局 (1904), 36 頁。

40) 農商務省総務局 (1909), 81-82 頁。

場合、見た目は赤い色と艶の良さ、味は甘味の強いものがよしとされ、それは内国博以後の市場における「目利き」の尺度とも重なっていった。1928年刊行の東京市編『日用品の見分け方』の説明がそれを示している。「林檎と云えば赤いものとふつう考へられてをり」、鶴の卵という淡緑色の林檎は「赤くはありませんから今まで餘り好まれませんでした」、そして、紅玉は「甘味に富み、快よい酸味を交へ」<sup>42)</sup>と。このように林檎の外観が重視された背景には、欧米とは異なり、日本では果物が野菜を補完する必需品と言うよりも生食を基本にする嗜好品として位置づけられ<sup>43)</sup>、贈答・見舞品、先述のように「飾り」としても重宝されたことがあったであろう。また、博覧会が果物を対象に付与する褒賞が市場で価値を持ったことは、明治期の段階で高級果物店のひとつとしての地位を確立していた東京の千疋屋の事例から窺える。同店は第3回内国博の頃のリーフレットで消費者に向けて、「各博覧会ニ於テ金銀銅賞牌数十個受領」と褒賞を重ねた博覧会「お墨付き」の果物を扱っていることを謳っていた<sup>44)</sup>。

さて、明治期以降果物の生産・流通量が拡大するなかでその大消費都市になっていったのは内国博の開催地となった東京や大阪、京都であった<sup>45)</sup>。では、内国博での林檎の産地間競争はいかに展開され、そこから台頭していった「青森」は内国博にどのように臨んでいたのか。産地間の比較も意識しつつ次節ではその点について検討していく。

### 3 お墨付きを得た地域／得られなかった地域——「青森」の台頭

#### (1) 主要道府県における林檎生産の状況と第3～5回内国博への出品数と褒賞数

本稿が対象とする時期の全国の林檎生産の状況を、その数値が判明する①1895～1898年、ならびに②1905～1907年の期間について観察しておこう(表1)。林檎が日本に導入されてのち、①の期間を通じて最大の生産量を誇ったのは北海道で、1897年まではその4～5割の量が岩手、青森、および山形の各県が並び、秋田と福島の本県が北海道の1割以下の量ながら林檎を生産していた。②の時期の1905年時点では引き続き北海道が第1位であったが青森県がそれに拮抗し、1906年以降は同県が筆頭産地となった。内国博は北海道が林檎の生産量で全国第1位であった時期に開催されていたと言える。

ここで林檎を栽培する道府県の内国博への参加状況を林檎の出品数が判明する第4、5回について見ると、北海道(第4回不明、第5回26点、以下同様)、青森(266, 146)、秋田(20, 107)、岩手(157, 62)、宮城(5, 1)、山形(110, 26)、福島(5, 1)、兵庫(1, 5)、新潟(0, 3)、群馬(2, 0)、滋賀(1, 0)、岐阜(0, 2)、長野(0, 7)、福井(0, 1)、岡山(1, 0)、愛媛(3, 0)であった<sup>46)</sup>。東北地方、とくに青森県が突出して多く、それに岩手、秋田、山形の各県が続いていた。

41) 第5回内国博の報告書は、青森県に関する記述部分で晩熟種としては国光、紅玉、柳玉の「以上三種ノ外ハ評スルノ価値ナカリキ」と述べ、現場の人々に品種選択の指針を与えている(第五回内国勸業博覧会事務局(1904), 36頁)。

42) 東京市編(1928), 64頁。

43) 査読者からのご教示による。

44) 千疋屋総本店(2009)。

45) 帝国農会編(1937)。

表1 主要道府県における林檎の生産高：1895～1898, 1905～1907, 1920, 1930年  
(単位 1,000 貫)

	北海道	青森県	岩手県	山形県	秋田県	福島県	長野県	計	全国
1895	544	204	283	210	31	46	n/a	1,318	n/a
1896	755	244	167	232	76	41	n/a	1,515	n/a
1897	920	202	166	269	63	42	n/a	1,661	n/a
1898	1,099	465	217	264	71	26	n/a	2,142	n/a
1905	2,527	2,169	98	129	533	22	99	5,577	6,081
1906	1,981	2,272	281	133	484	72	79	5,301	5,669
1907	2,592	2,705	206	133	339	59	242	6,276	6,703
1920	1,562	4,323	95	107	591	61	696	7,435	7,711
1930	7,930	16,793	311	95	427	176	891	26,623	26,812

注) 1貫は3.75kg。データが入手できない部分はn/aで表記した。  
出所) 1897年までは長井(1960), 97頁, 以降は『農商務統計』『農林省統計表』に基づき整理した, 波多江・齋藤編(1977), 統計表4頁による。

表2 第3～5回内国博における林檎の受賞者数

第3回	合計	北海道	岩手県	山形県	青森県			
					津産・土	士族	弘前市	中郡清水村
1等有効賞	1	1	0	0	0	0	0	0
2等有効賞	5	2	0	1	2	0	1	1
褒状	9	4	3	0	2	0	1	1
合計	15	7	3	1	4	0	2	2

第4回	合計	北海道	岩手県	山形県	福島県	滋賀県	青森県							
							津産・土	津産	士族	その他	弘前市	中郡清水村	その他	
有効2等賞	5	1	1	0	0	0	1	0	0	2	0	1	2	3
有効3等賞	12	1	3	4	0	0	2	2	0	0	1	1	2	4
褒状	23	2	6	6	1	1	2	4	1	0	6	0	1	7
合計	40	4	10	10	1	1	5	6	1	2	7	2	5	14

第5回	合計	北海道	岩手県	山形県	秋田県		長野県	青森県										
					花輪町	鹿角郡		津産・土	津産・地	津産	士族	地主	その他	弘前市	中郡清水村	その他		
																	1等	2
2等	15	1	3	0	4	6	6	0	2	0	0	0	1	2	0	2	3	5
3等	27	4	3	1	5	9	10	0	3	0	0	1	2	3	3	3	3	9
褒状	41	3	11	1	4	9	11	1	2	1	1	1	5	4	2	3	9	14
合計	85	8	17	2	13	25	28	1	7	1	1	2	8	10	5	8	16	29

注) 青森県については, 身分と居住地別の受賞者数も明記した。「津産」は津軽産業会の会員, 「土」は土族, 「地」は地主, 「中郡」は中津軽郡の略。

出所) 内国勲業博覧会事務局(1890); 第四回内国勲業博覧会事務局(1895); 小倉編(1903)より作成。

第3回内国博における青森県内からの林檎出品者は10余名であったため<sup>47)</sup>, 第4回にかけての出品者数の増加は顕著であったと推察される。なお, 1899年の第3回奥羽六県聯合共進会も林檎の出品数と出品人数は青森県が他を圧倒していた。

他方, 褒賞獲得者に目を向けると(表2), 第3回内国博で林檎の最高位の1等有効賞は北海道が受賞しており, 総受賞数も同地域が最多であった。審査報告書では北海道に加えて山形県が

46) 第五回内国勲業博覧会事務局(1904), 13-16頁。

47) 青森県経済部(1952), 20頁。

好評を博している。それが第4回内国博では、最高位である有効2等賞の最多受賞は青森県で総受賞数も同県が一番となり、それを岩手と山形の両県が追うかたちとなった。そして第5回内国博では、最高位の1等を青森県と秋田県が獲得し、2等と3等の受賞数は後者が前者を上回り、総受賞数では青森県が上に立った。

## (2) 内国博と大都市部の市場における名声——産地間の比較

ここで内国博が開催されていた時期の市場に目を向けると、第5回内国博の2年前の1901年11月の青森県の地方紙『東奥日報』に興味深い記事が掲載されている。「林檎輸出者の注意(上)」の題目で、<sup>48)</sup>「東京あたり」において「林檎産地」として名高いのは岩手県であり、「青森」や「津軽」はここ数年でようやくその名が定着してきたというのである。

当時、生産量で青森県の1割に満たなかった「岩手」の名が浸透していた理由として、1891年に上野駅から東北地方を結ぶ日本鉄道東北線が青森駅よりも1年先に盛岡駅まで開通していたことや、既存の「盛岡梨」の販売網によって早くから京浜地方に林檎を出荷した実績があったことが言われている。<sup>49)</sup>そして同記事は、「林檎と岩手産といふこととは密接なる関係を以て世人の口頭に上り居るを以て、津軽林檎若しくは青森産といふよりか先刻御承知の岩手林檎といふことは世人の耳に通る能く、随<sup>(てか)</sup>□ 廣まり易く信用され易し故に、仲買人等は津軽産の林檎を買ひ取めたる場合にも東京あたりに輸出するには岩手産として送くるもの多し」とも述べている。<sup>50)</sup>以上の内容は、東京方面の市場では「岩手」が「青森」と「津軽」よりも認知され「信用」を獲得し人々から選ばれていたことを示唆している。

ただし「岩手」が優勢な状況から「青森」や「津軽」が林檎の産地として台頭してきている様子も上記の新聞記事からは窺える。そこで同記事が書かれてから2年後の1903年に開催され、<sup>51)</sup>林檎について道府県別にコメントが寄せられた第5回内国博の審査報告書に目を向ける。するとそこでは青森県が冒頭で取り上げられ、産額が「東北ニ冠タリ」とある。また、同内国博の期間中の『朝日新聞』記事「博覧会農業館(十二)」には、「[青森県]の出品中最も注目を要するものは果物で其内にも林檎である、林檎は其出品点数が百以上に達し形状も色沢も共に見事である、此果物は現今我国では北海道と東北地方が主産地で就中同県を最とする」と評されている。<sup>52)</sup>出品数の多さが影響し、同年の生産高で第1位であった北海道よりもその存在感を示し、審査官のみならず来場者の目からも青森県が博覧会の会場で一番の林檎の有力産地として映っていたことが窺える。また、同内国博の審査報告書でとりわけ林檎産業の発達が述べられたのは秋田県で、「優品最モ多ク農産館中ノ美観ヲ呈セシモノタリ」、「出品ハ皆能ク整ヒ然モ優品多カリキ当業者ノ熱心大ニ賞スヘシ」と称えられた。他方、東京において名を馳せていた岩手県が、害虫被害により出品数が少なくその品質も芳しくないと評価されている。

48) 「林檎輸出者の注意(上)」、『東奥日報』、1901年11月13日。

49) 青森県農林部りんご課(1965)、11-12頁。

50) 「林檎輸出者の注意(中)」、『東奥日報』、1901年11月14日。

51) 第五回内国勸業博覧会事務局(1904)、35-40頁。

52) 「博覧会農業館(十二)」、『朝日新聞』、朝刊3面、1903年6月19日。

収穫量や品質が天候や病虫害等の影響も受ける農作物の有力産地を一時点の状況のみから判断するのは適当ではない。そこでやや時期は飛ぶが、内国博後の時期に「林檎の産地」として認識されるようになっていった地域がどこであったのかを東西の二大市場であった東京と大阪の1920ならびに30年代の市場関係史料から観察してみる。すると、東京は1922年の出荷元として青森、岩手、山形の3県と「その他」<sup>53)</sup>、1927年は青森、岩手、長野の各県と朝鮮を「産地」<sup>54)</sup>に挙げ、さらに1932年の東京神田市場における林檎の「主産地」の筆頭には青森県が記され、長野、福島、北海道、朝鮮がそれに加わっていた<sup>55)</sup>。一方、大阪については史料が1921年に限られるが、「主要なる生産地」は青森、岩手、山形の各県と朝鮮、となっている<sup>56)</sup>。1906年に降生産量で全国第1位となった青森県は勿論のこと、内国博で好評を得た経験のある山形県や北海道、また、岩手県も名が見られる。しかし、「有望なる果物」として林檎の定着を目指し<sup>57)</sup>、1905年時点におけるその生産量が全国第3位であり、なおかつ鹿角郡花輪町を中心に第5回内国博で多数の褒賞獲得者を輩出した秋田県は登場していない。

その理由はいかに説明されるのか。花輪町の青年会が1921年に刊行した『鹿角』には、「鹿角りんご」は主に東京、大阪の各府、愛知県の枇杷島が販売先とある。ただしその栽培面積は約300町歩で「津軽苹果一萬町歩の夫れには遙か及ばない」とも述べられている<sup>58)</sup>。実際、第5回内国博においても秋田県は審査報告書で「其産地ハ殆ト県ノ一隅ナル鹿角郡ニ止マリ」と指摘されている<sup>59)</sup>。そして確かに1930年の枇杷島市場の史料には青森、山形、長野の各県とともに秋田県からも林檎が出荷されていたとの記録があるが<sup>60)</sup>、東京と大阪の市場の史料にはその名が見られない。前掲の1922年の状況を記した東京市の史料には、「東京市果物入荷明細表」として林檎の出荷量が青森県(1,169千貫)、長野県(179千貫)、北海道(11千貫)の3道県についてのみ記載されている<sup>61)</sup>。青森県のその値は同年の同県の総生産量12,138千貫のおよそ1割であるが、それは同年の秋田県の総生産量326千貫をはるかに超えており、長野県からもその年の総生産量601千貫の約3割が東京市の市場に流れていた<sup>62)</sup>。申し分のない品質を有した秋田県の林檎であるが、市場での流通量が目立たなかったことが、認知度の向上に繋がらなかった理由のひとつとして指摘できる。

加えて、市場へのアクセスの問題が挙げられる。秋田県鹿角郡は内陸部に位置し四方を山に囲まれ、花輪町はその中心に位置していた。同町の最寄りとなる陸中花輪駅は、秋田鉄道会社で奥

53) 東京市商工課(1923), 157-158頁。

54) 東京市商工課(1927), 32頁。

55) 東京市中央卸売市場(1932), 51-68, 75頁。

56) 大阪市役所商工課(1923), 76頁。

57) 波多江(1978), 463頁。

58) 大里(1921), 20-21頁。

59) 第五回内国勸業博覧会事務局(1904), 35-40頁。

60) 岐阜高等農林学校(1930), 83-86頁。

61) 東京市商工課(1923), 87-131頁。

62) 各総生産量は『農商務統計表』による。1922年の青森県の林檎の東京府への出荷量は1923年9月22日『東奥日報』では約35%である(波多江・齋藤編(1977), 276頁)。

羽本線の大館駅と北方面に繋がり、また、花輪線で日本鉄道東北線の盛岡駅と接続した。前者の路線は大館駅側から1914年以降随時開業し、後者は盛岡駅側より1920年以後敷設が進み、各々順に1923、1931年に陸中花輪駅に到達した。<sup>63)</sup>一方、津軽地方を含む青森県の日本海側は、日本鉄道東北線の上野・青森駅間が1891年9月に全通したのち、1894年12月には青森・弘前駅間が奥羽線で結ばれ、それと同時に弘前駅からは林檎と思われる「果物」の出荷が盛んになった。内国博で受賞者を多数輩出した青森県清水村の大字富田から弘前停車場までの距離は2.7kmほどであったため、<sup>64)</sup>鹿角郡や同郡花輪町に比べて東京や大阪の大消費地の市場への進出が有利であったことは想像に難くない。では話を元に戻し、林檎の生産量を伸ばし東京や大阪の市場で「主産地」として認められるようになっていった青森県が第5回内国博で他の道府県よりも勝っているとの評価を受けたのはいかなる点であったのか。再び同博覧会の審査報告書に目を向けると次のことが浮かび上がってくる。

第5回内国博ではそれが林檎の収穫期からずれた3月から7月に開催されたこと、ならびに出品に際して生産地から大阪の会場までの遠距離輸送を要したため、林檎そのものの品質のみならず貯蔵や輸送の方法をも加味した審査が行われた。そのなかで青森県は、後述していく内容とも深く関わることであるが、「其ノ栽培法ハ勿論貯蔵法ニ至ル迄研究練磨スル所アルヲ以テ多ク良品ヲ産出スルニ至レリ」と、栽培方法以外の面でも他の道府県に勝っているとの好評を得た。加えて、岩手県に関する記述のなかで、「今ヤ両者〔岩手県と青森県〕ノ間ニ大ナル軒輊ヲ生スルニ至レリ是当業者ノ熱誠ニ欠クル所アルニ由ルカ」と、青森県では林檎栽培家の「熱誠」が産業の発展の基礎にあると指摘されている。<sup>65)</sup>この「熱誠」という言葉に表されたものが、戦前日本の二大農産品となった「米と繭」には恵まれない条件下で産業となり得る農作物として林檎にその可能性を見出し、導入を試みた人々の多大な努力であることは明らかである。そして博覧会の審査官から林檎の今後の発展に期待が寄せられ、なおかつ青森県の人々に多くの褒賞が付与されたことは、林檎産業の黎明期に試行錯誤を重ねていた同県の人々の意欲をさらにかき立てたであろう。実際、博覧会で多数の褒賞獲得者を輩出した中津軽郡清水村の中心的人物の一人であった旧弘前藩士族の楠美冬次郎(1863-1934)は、第3回内国博ののち、「林檎の樹性が強く寒帯にも植栽でき、味わいも甘美で生食、貯蔵、市鬻〔市販の意〕、調理にも適するのは顯然として明らかで、内国博に出品して賞を得てこの確信を思い知った」と記している。<sup>66)</sup>そして楠美はこれから見ていくように、同地で博覧会に参加する人々を牽引していく存在になっていくのである。

### (3) 博覧会に向けた産地の官民の取り組み

#### ① 青森県の施策

生産量が多く、市場へのアクセスに恵まれたことが林檎産地としての青森県の強みになったこ

63) 大蔵省印刷局、「軽便鉄道運輸開始」、『官報』、1914年7月3日；同、「地方鉄道運輸開始」、『官報』、1923年11月17日、252頁；秋田県鹿角市、「花輪線の歴史」、『広報かづの』、2011年10月、2頁。

64) 青森県中津軽郡(1911)、53頁。

65) 第五回内国勸業博覧会事務局(1904)、35、37頁。

66) 楠美・佐野(1890)、1-2頁。

とは確かであるが、内国博での好評は「いい林檎」を集团的に出品できてこそであった。それでは、同県の人々は博覧会にいかにか臨んでいたのか。「官」と「民」の取り組みを両者の役割分担と連携にも目を向けながら追っていかう。同県の博覧会関連資料としては、1903年に第5回内国博が開催される前年の8月に同県内務部が刊行した『第五回内国勸業博覧会出品注意』が残されている。博覧会の基準に従うことが市場での「声価」の向上に繋がることを認識していた県が出品に際する注意事項を記したものである。林檎も「貯蔵不良、香味不足等ノ欠点ヲ有スル」ため以下を配慮するようにと、見た目にかかわる病虫害の駆除、味に関係する排水や施肥、果実の大きさに影響する摘果、第5回内国博の審査で重視された貯蔵に関する具体的方法などが短かくまとめられている。加えて、第5回内国博が開催される2年前に青森県は他の東北諸県と同様に博覧会予算を計上し、その内訳は出品補助金と通信運搬費が多くを占めていた<sup>67)</sup>。各県ともに梱包、運搬などの諸費用を援助することで出品を促そうとしており、青森県も例外ではなかったことが分かる。以上のように博覧会に向けて県も施策を講じていたが、本稿がとりわけ強調したいのは民間の取り組みである。

## ②民間団体と会員の貢献——品評会の開催ならびに研究成果の共有と学習効果の確認

青森県では林檎産業の黎明期に旧弘前藩士族らがその担い手となったことがこれまでも指摘されてきた。とくに「青森県りんごの始祖」と言われ、先に登場した菊池秋雄の父である菊池楯衛(1846-1918)と、先述の楠美も含む士族を中心とする十数人が1877年に化育社の名で農業関連の講話会として組織し、幾度かの改称を経て1889年に津軽産業会となった団体(以下、津軽産業会と統一する)の活動は、地方や全国規模で開催される博覧会への参加と深く関連していたことが言われている<sup>70)</sup>。同会は地方物産の振興を目的とし、中津軽郡役所、のちには弘前市の同会会館を拠点に1916年までの約40年間にわたり存続した<sup>71)</sup>。

会員は居住地の別に、弘前市と中津軽郡内の者を「〔通〕常員」、それ以外の「遠隔ノ地」の者を「通信員」、長期間同会に協力した人物で決議のうえ認定された者を「特別会員」とし、士族に加え地主や篤農家らも包摂していた。会員数は1892年10月時点が全て通常会員で183名、1900年5月時点が通常会員126名、通信会員5名、および特別会員7名の計138名であった<sup>72)</sup>。表2からは、第3回内国博に青森県から林檎を出品した殆どが、また、第3~5回内国博で褒賞を獲得した同県の全員ないし多くが同会の会員でなおかつ弘前市と中津軽郡清水村の者であったことが分かる<sup>73)</sup>。では、これらの人々が内国博で褒賞を受賞した理由はいかに説明されるのか。

まず、津軽産業会が開催していた品評会が、「いい林檎」を作ろうと栽培家たちが切磋琢磨す

67) 青森県内務部(1902), 1, 6, 10-11頁。

68) 村川(1997), 112頁。

69) 青森県(1960), 1-8頁。

70) 波多江・齋藤編(1977), 51頁。

71) 津軽産業会(1902a), 『津軽産業會報 第壹號』, 6-7頁, 「岩見文庫郷土資料」GK 606-5(弘前市立弘前図書館蔵。以下、同会報は本号を含みすべて同図書館蔵の同文庫郷土資料)。楠美など会員中で特に林檎に熱心な者たちは津軽果樹研究会も組織し活動を展開した。

72) 津軽産業会(1892), 『津軽産業會規則』, 1-2頁, 「岩見文庫郷土資料」GK 606-2(弘前市立弘前図書館蔵, 以下同様); 青森県経済部(1953), 19, 22-24頁。

る動機や基盤になったことが重要である。同会は日頃から人々が互いの産物を総覧できるようにしていたが、1884年からは産地内で基本的に毎年10～11月の5日間ほどにわたり品評会を実施した。参加の門戸は同会の拠点となった弘前市や中津軽郡を越えて広く青森県の人々に開かれていた<sup>74)</sup>。1886年には旧弘前藩の家老であった中津軽郡長の大道寺繁禎、翌年は青森県知事の鍋嶋幹を品評会の長に迎え、青森県から審査官の出張を得たほか、中津軽郡一郡町村連合会の補助金も受けるなど、品評会は「官」を巻き込みながら行なわれた。品評会は1910年の第25回まで続いたようで、林檎を含む「出品員数」は4,000点を超えることもあった<sup>76)</sup>。そして特筆すべきはこの品評会が内国博をはじめとする大規模な博覧会への予選も兼ねていたことである。そのことは1900年の奥羽六県物産共進会に先駆けて津軽産業会が「出品林檎撰定会」を開いたとの記録<sup>77)</sup>、および第5回内国博に出品した会員の楠美が新聞紙上で自らを「多数同業者」の中から選ばれたとしていることから窺える。内国博に出品する際の提出書類には他の博覧会での受賞歴を記載する項目が設けられていたため、津軽産業会の品評会での受賞は審査官へのアピールにもなったであろう。なお、管見の限りとくに第4回と第5回の内国博のあいだの時期であるが、同会の会員は各地の博覧会に「津軽産業会」の名でも林檎を出品し入賞を重ねていた。それが「林檎」は「津軽」、との認識を人々に浸透させたであろうことは、すでに指摘されている<sup>79)</sup>。

ただし留意すべき点は、産地内における品評会の開催は青森県に限らなかったことである。岩手県の盛岡市では津軽産業会より1年早い1883年に林檎の品評会を開始している<sup>80)</sup>。秋田県でも県が1878年から実施していた種苗交換会の折に林檎やその苗木の品評がなされ、1891年には同交換会の席で林檎のみの品評会を翌年から行うことが決まった。さらに第5回内国博で受賞者を多数輩出した同県鹿角郡花輪町には1896年に鹿角果樹協会が結成され、同郡では同博覧会の前年の1902年に第2回鹿角郡物産品評会が開かれている。なお、秋田県の1900年の種苗交換会には津軽産業会の菊池楯衛が農業視察に訪れ、林檎栽培に関する自らの経験談を述べたことや、鹿角郡の品評会に津軽産業会が林檎数片を「寄送出品」し、同郡農会の会長から謝状を受け取ったことが各々の産地側の史料に記録されている<sup>81)</sup>。

73) 津軽産業会の品評会に林檎を出品し賞を獲得した者のうち居住地が判明する10人は、弘前市2名、中津軽郡の清水村3名と藤代村1名、南津軽郡竹館村3名、および上北郡大深内村1名であった。第3回内国博の出品者は波多江・齋藤編(1977)、202頁による。

74) 津軽産業会(1902b)、『津軽産業會報 第二號』、23-25頁、GK 606-5と、青森県(1962)、16-20頁に掲載されている第5回内国博の林檎出品者一覧を照合した。

75) 津軽産業会(1902a)、7頁。ほかにも1901、02年の品評会の際、弘前市と中津軽郡の補助金を受けていたことが記録されている。ただし兩年ともに開催費の4～6割ほどは「有志」の寄付によった(津軽産業会(1902a)、42-43頁)。

76) 青森県農業総合研究所(1954)、13頁；青森県経済部(1953)、12頁。

77) 津軽産業会(1902a)、15頁。

78) 「第五回内国勸業博覧会 出品林檎について」、『東奥日報』、1903年2月6日(青森県農業総合研究所(1954)に収録)。

79) 青森県(1962)、52頁。

80) 岩手りんご100年祭記念事業会(1971)、14頁、「りんご関係資料図書」(弘前市立弘前図書館蔵、以下同様)。



一方、博覧会に向けて実施されたこととして管見の限り津軽産業会を擁する「青森」ならではあったと思われるのが以下の点である。それは第5回国博で青森県の林檎が「栽培法ハ勿論貯蔵法ニ至ル迄研究練磨スル所アル」と評されたことと関係する。すなわち同県では「いい林檎」を出品するための根本となる方法の研究が生産面に限らず進められていた。そしてその成果が博覧会を契機に産地内の林檎栽培家間で文字情報として一様に広く共有され、さらに学習内容が実践され出品物に反映されているか否かの確認が楠美を含む津軽産業会の実力者を中心に行なわれていたのである。以下ではそのことを確認していこう。

[史料2] は、先述の楠美が第5回国博のおよそ1ヶ月前に「第五回国勸業博覧会 出品林檎について」なる題で『東奥日報』に掲載した記事から一部を抜粋したものである<sup>82)</sup>。

[史料2]

- 一、林檎出品者は十日午前九時産業会場内に各自の出品を持参すること
- 一、出品的林檎は一種毎に蜜柑箱或は同大の箱に入れて持参の事
- 一、出品の詰草は極く柔き乾草を第一とし、次に麦藁殻及蕎麦の「メクソ」を何れも塵粉を去りたるものを良とす
- 一、止むを得されは粗殻も可なり、杉の鋸屑は極く古い些少の息〔臭カ〕気なきものは格別なれとも林檎に悪臭付き固有の香気を損するの患ありて悪し（何種にても湿気あるものは厳禁のこと）
- 一、出品物は必ず一個つつ新聞にて包むへし。然らざれば疵を生し或は他悪臭を感染し又ゴミを被り光沢を失ふの患あり
- 一、出品物の箱の蓋に必ず出品の姓名及種類の号名を記すへきこと
- 一、出品物を入れたる箱を運搬するの際寒気強き日なれば凍損患ある故箱を毛布杯に幾重にも包む事肝要なり
- 一、出品物は一種拾箇つつなれとも万一疵や腐敗を生ずるものあるときは全休ゼロとなるべきにつき予備として二三ヶつつ増加すべし
- 一、出品の撰択は緊要事に付一種二十箇なり三十箇なり可成多数持参して衆人に品評撰定せしむること得策なり
- 一、当日持参せぬ者は如何なる事情あるも総て取消者と見做し後日取扱はさること故必ず期日を誤らず持参すべき事

林檎の貯蔵や梱包、運搬の方法など、流通関連の技術について楠美は具体的ノウハウを新聞に掲載せ、内国博の出品者はそれらを踏まえて出品予定的林檎を荷造りし、「審査調定」を受け津軽産業会の会場に集まるよう呼びかけている。当日持参しなかった者は出品者の立場を「取消者<sup>83)</sup>

81) 秋田県果樹協会 (1976), 1, 187-188 頁, 「りんご関係資料図書」; 石川 (1894); 津軽産業会 (1902b), 43 頁。品評会がときに産地を越えた人的交流ならびに情報の収集・発信の拠点となり、産業発展に寄与したことを示唆している。

82) 「第五回国勸業博覧会 出品林檎について」, 『東奥日報』, 1903年2月6日。

83) [史料2] は、楠美が箱に充填する「詰草」について素材を変えながら様々な方法を試み、最適なものを選びだそうと実験してきたことを物語っている。

と見做」との徹底ぶりである。なお、楠美は同記事で、「博覧会に出品すれば博く内外人に自家を公告する所以にして、以て商品の販路を拡張し業務の繁栄を来し、名利共に享有するの好機会なり」と述べている。楠美の行動の背後には、青森県で林檎産業に携わる人々との共存共栄を目指す動機があったとも想像される。しかしここでは、「自家を公告」との言葉が選ばれ、あくまで「個」の利益を求めて博覧会に参加していたであろう人々の心を掴む内容となっている。

青森県に限らず、林檎の品質上、流通過程に解決すべき課題があることは、第5回内国博の時期以前から指摘されていた。1893年に初代農業試験場長恩田鉄弥は著書『苹果栽培法』のなかで、「収穫並に市場運搬に於ける注意は他の一年間の仕事に於ける注意と相平均するか或は既猶を之に優ることあるべし。然れども日本の園芸家は之に注意せざるもの多し」と言及している<sup>84)</sup>。また、「注意」すべき具体的内容は、1902年刊行の兵庫県川邊郡農事試験場長の北上貢の著書『苹果栽培全書』から窺い知ることができる。同書の「貯蔵」の項目には、収穫後の品質管理、梱包、運搬など流通過程の全般について各地の実態が綴られている。そこでは例えば岩手県の貯蔵について、「青森県に比し氣候較々温暖」で「凍傷」の心配が少ないとあり、北海道の梱包と運搬に関しては、「籾殻、鋸屑或はそば殻にて蜜柑箱或は石炭油の空箱詰とし市場に輸送するを以てその臭気自然果物に感染し、大に価格を損ずることあり」とある<sup>85)</sup>。博覧会の審査基準や人々の嗜好に応えるためには、先述のように見た目や香りを維持したまま林檎を消費地まで届ける必要があった。しかし現実には貯蔵や運搬の段階で品質の低下が起きていた。楠美の「懇篤なる教示」のもと編纂されたと言う同書では、そうした流通関連の課題への対処法も示されたが、楠美は新聞上にその内容を大きく上回るノウハウを掲載し、学習成果が出品物に反映されているかのフォローも行っていた。

以上は津軽産業会の会員であった楠美が、内国博に「青森」の代表者たちが「いい林檎」を出品するために産地の現場で実施していたことである。それに加えて第5回内国博の際、南津軽郡蔵館村の菊池権左衛門(1858-1939)が青森県知事に提出した出張報告書からは、菊池を含む同会の会員が園芸部門の青森県出品人総代として県から「補助金」を受けて大阪の会場まで足を運び、審査期日前に「陳列ノ果実ヲ点検シ腐敗セルモノヲ除キ整頓」し、輸送過程で生じたトラブルに対応していたことが記録されている<sup>86)</sup>。菊池は林檎栽培業に加え苗木業と運搬・馬車業も営んでおり<sup>88)</sup>、1907年の段階で津軽産業会の役員となっていた人物である。菊池の記した文中には楠美、ならびに同会の会員でのちに「青森林檎の中興の祖」と言われ、冒頭で述べた1905年頃の病虫害危機への対応で中心的役割を果たした清水村の外崎嘉七(1859-1924)の名も登場する。

84) 恩田(1893)(波多江・齋藤編(1977), 310頁に収録)。

85) 青森県経済部(1951)。

86) 「菊池権左衛門略歴」(青森県農業総合研究所(1954), 40-41頁に収録); 青森県(1962), 115, 117頁。

87) 同会は、1894, 97年の奥羽六県共進会、1895年の大日本農会品評会の際などにも視察の名目で会長や委員を現地に派遣している(津軽産業会(1902a), 12-13, 15頁)。

88) 菊池は林檎の苗木を養成し、自身が住まう蔵館村や、竹館村を含む隣村におよそ2万本余りを無償で配布したとされる(高松宮家(1938), 88頁)。

両者はいずれも内国博に限らず各地の博覧会に林檎を出品し多くの褒賞を得てきた経験を持つ<sup>89)</sup>。全体の青森県の出品物はこれら数人の実力者たちが産地の現場と都市部の会場で適材適所の働きをしたことで、品質の底上げと維持がなされていたのである。

なお、上記の楠美、外崎、菊池の三人は第5回内国博において「加奈太館」が出品した林檎の審査官に選ばれ評価に携わった。加えて同内国博の期間中の4月6日には、彼らが審査に関わったカナダ館の事務長で同国の博覧会監督であった「ロハート、ハメルトン」が、農商務長官の紹介状を得て青森県弘前市に林檎の視察に訪れている。彼は津軽産業会で実施した講話会の冒頭で、大阪の「博覧会を参観し第一に予が胸懷を驚したるハ貴地方の出品に係わる林檎なりし、其の光澤艶麗しにして形状の完美なる、実に称賛措く所を知らざりし、予か這般携へ来た里たる七十余種の林檎は將に面目を失うの概ありし、予は茲に於て其地質、其栽培法、其樹性等に就き調査を望むの念や切なり」と、述べたと<sup>90)</sup>言う。これらのことは産地の現場で林檎栽培に従事する者たちが「審査官」として「目利き」をする側に立つ力を身に付けていた事実とともに<sup>91)</sup>、この時点において青森県の林檎の品質が外国人の眼から見ても海外のものと遜色のない水準に達していたことを示唆している。

## おわりに

本稿は、明治期に開催された博覧会が農作物の産地ブランドの形成にどう関わったのかを、果物、とくに林檎に注目して明らかにしてきた。第一節では議論の前提として競争の舞台としての博覧会の性質を整理したが、その点に関しては本論中で小括としてまとめたため、ここではまず、それ以下の内容の概要を述べる。

言うまでもなくブランド形成の根本は、人々が「いいもの」と評価するものを提供することである。新商品であった林檎の場合、博覧会は市場に先行して「目利き」の基準を定めていった側面があるが、そこでは赤い色で艶が良く、甘味が強く香りの優れたものが「いい林檎」とされた。そのもとに博覧会で優秀な成績を収めたのは北海道や青森、山形、秋田の各県であり、のちに多くの消費者を抱える大都市部で林檎の「主産地」としての認識を定着させていった代表例が青森県であった。同県が台頭していった理由を探るとき、生産量が拡大し市場アクセスの環境整備が進んだことも無視できない。しかしそれらは、「目利き」に適う「いい林檎」の生産と流通がいかに可能になったのかを説明するものではない。その点を踏まえつつ内国博で青森県が多数の褒賞獲得者を輩出した背景を他の道府県の動きと比較しながら観察することから見えてきたのは、同県では博覧会への参加を足掛かりに「青森」の名を林檎の有力産地を示すそれへと育てる取り組みが、団体活動を行う40代あたりの数名の林檎栽培家を牽引役として、生産と流通、とくに後者の面で進められていたことであった。

89) 両者は会場で、林檎の販売会と試食会も行った。

90) 津軽産業会(1903)、『津軽産業會報 第参號』18-20頁、GK 606-5。

91) 楠美は1896年の大日本農會品評会にも果実審査員として参加していた(青森県経済部(1953)、16頁)。

具体的には第一に、津軽産業会が「官」を巻き込みつつ産地内で開催していた品評会が、林檎栽培家が互いに切磋琢磨しながら「いい林檎」を作ろうと品質に磨きをかける動機や基盤となったことが挙げられる。こうした品評会は青森県に限らず実施されていたが、少なくとも同会の品評会は次の点で博覧会の高評価に結びついたであろう。すなわち津軽産業会の品評会は県内の人々に広く開放され、地方や全国レベルで実施される大規模な博覧会への選考会も兼ねていた。同会の品評会の審査基準と内国博をはじめとする博覧会のそれとが一致していたのか否かを史料から窺い知ることはできない。しかし、「予選」も兼ねていた事実から重複する項目が大半であったと仮定すれば、同会の品評会は「目利き」に適う生産物として林檎が仕上がっているか否かを本戦前に確認する場にもなっていたと推察される。

第二に、津軽産業会の会員らが、味のみならず外観や香りを重視する消費地の人々の要望に応えた「いい林檎」を生産し流通させるために蓄積してきたノウハウを、博覧会を契機に文字情報にして産地内で広く共有し、学習内容が実践され博覧会の出品物に反映されているかのフォローを産地の現場と博覧会の会場で行っていたことである。それを担った人物のひとりであった楠美が林檎の生産と流通に関する書物の執筆を支援する立場であり、また、そうした類の著作が青森県の人々により当時から数多く出版されていた事実は、同県では楠美も中心となり林檎に関する研究蓄積と情報収集が他の道府県に比べて盛んに行なわれていたことを意味している。楠美が「いい林檎」を出品するために青森県の人々に伝授したことは、当時、解決を求められていた課題ひとつひとつに紆余曲折の末発見した細かな手作業からなる対応策を施すことであった。そうした小さな積み重ねは「青森」の看板を背負って内国博に出品される林檎全体の品質の底上げに繋がり、多数の褒賞獲得者を輩出することに帰結した。

以上が本稿の示した内容であるが、博覧会、農作物のブランド形成、ならびに林檎を中心に産地にかんする先行研究と関連付けて次の三つの展望が得られる。まず、博覧会が、「個」間と「集団」間の競争の舞台という二面性を持っていたことに加えて、市場を「育てる」役目を果たしたことである。市場が機能するうえでは競争の促進が重要とされるが<sup>92)</sup>、そのためには、商品とそれに付随する情報を一堂に集めて見比べるシステムを持つ空間が整備され、「目利き」をする際の基準が定まる、という少なくともふたつの条件が必要であろう。博覧会の場に生産物を集め、審査官が、すでに掌握している情報、出品物や出品者の提出書類、来場者の反応から得られる人々の嗜好を併せて市場に先行して「目利き」の基準を固めていったことは、市場の競争機能を高める一助になったと考えられる。

次に、農作物のブランド形成についてである。「銘柄」は、生産物が「生産地の外の市場」で競争的に取引されるなかで、生産者自らが「いいと思うもの」を創意工夫して作りそれを宣伝していくのみならず、生産物が消費者に渡るまでに介在する主体の要望を満たすことでも形成されてきたとされる。そうしたなかで産地間競争が展開される「生産地の外の擬似的市場」とも言えよう側面を持つ博覧会は、とりわけ後者の点、すなわち生産者が自身以外の「目利き」の基準に

92) ジョン・マクミラン (2007), ii 頁。同書は古くから商品を一堂に集めて比較する品評会が存在したことに触れている (マクミラン (2007), 5 頁)。

「合わせていくこと」がブランドの確立に繋がることを学ぶ場になったことが本稿の内容からは想起されよう。

最後に、青森県の林檎を素材とする産地研究に対して次のことを示唆できる。本稿は、同県で団体活動を行なう林檎栽培家が、博覧会をきっかけとして地域や世代を越えて切磋琢磨し、知恵を出し合い、産地内の栽培家と広く情報を共有しながら流通面での対応を先駆的に進めていく過程を描いた。それは、「個」と「集団」の利益の増大を同時に実現させる結果をもたらしたと思われる。林檎産地としての青森県の台頭は、従来袋かけの急速な普及という栽培面から明らかにされてきたが、その前史として上記の取り組みと成功体験がなされていたことは、「青森」林檎ののちの展開の礎になったであろう。なお、本稿で観察した団体は、メンバーのみに情報や活動の場を提供する「閉じた組織」ではなく、管見の限り少なくとも「生産地の外の競争の場」で他の産地と競争する折には、メンバー以外の、同じ産地の看板を背負う同業者も包摂する「開かれた組織」として運営されていたようである。この特徴は産地ブランドの形成上有効に働いたとも推察される。以上の点と、内国博で青森県と同様に高評価を得た秋田県等の他の道府県での取り組みについては、引き続き精査していくべき検討課題である。

なにが「いいものか」は時代により変わるものであり、ときにその見直しが迫られることもあろうが、いずれにせよ青森県の人々にとって林檎栽培の指針となったのは、「より良い」とされる商品をいかに作るかであった。ジョン・ダワーによれば、「敗戦」ののち「希望の光が差し込んだ瞬間」は一本の映画とともに『リンゴの唄』が流れ「赤いリンゴと青い空のイメージが心のなかの灰色の風景に忘れられない鮮やかな色彩を与え<sup>93)</sup>たときであった。明治期の博覧会で初めて林檎を目にした人々がそれに魅了されてから半世紀以上を経て、「敗戦」後の日本人は再び「赤いリンゴ」に触れ、その「明るさ」に新しい時代を感じ取った。日本において林檎の赤さは人々をとらえる力を持つようである。人々の、色をはじめとする潜在的ニーズや嗜好に応えることを通じて「青森」は林檎の産地として成長していった。同地の人々が林檎を梃子に市場経済化に適応していく姿からは、米作農業経営の市場経済化への対応の遅れと低生産性を根拠に後進的という烙印を押されてきた東北農業・農村のイメージとは異なる印象が生じる。そして本稿が示したようにそれをもたらした一因は、明治期における博覧会の経験であった。

93) ジョン・ダワー (2004), 204-206 頁。

〔付記〕執筆にあたり、2015・16年12月の青森県りんご品評会の際に公益財団法人青森県りんご協会の奈良正史氏からは本稿の主張に繋がる非常に重要な示唆を多々賜った。佐藤正次氏、佐藤徳樹氏、高橋哲史氏、市場関係者の皆様からは産地におけるヒアリングや視察の機会を賜った。新宿高野の小池和義氏・久保直子氏からはスクールの際に林檎に限らず果物全般について沢山の有益な情報を賜った。報告時期の順に、サントリー文化財団、社会経済史学会東北部会、農業史学会、東京大学、神戸大学、一橋大学の研究会やセミナーにご参加の諸先生方ならびに皆様、匿名のレフェリーからは貴重なコメントを賜った。本研究を進めるにあたり弘前市立弘前図書館には資料調査の折にご丁寧なご対応を、公益財団法人サントリー文化財団からは「若手研究者のためのチャレンジ研究助成 (2014年度)」のご支援を頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。但し内容に関する一切の責任は当然ながら筆者によるものとする。

参考文献

- 青森県 (1960), 『明治前期りんご栽培技術史: 青森県りんご発達史 第2巻』。
- 青森県 (1962), 『明治前期りんご植栽拡大史: 青森県りんご発達史 第3巻』。
- 青森県経済部 (1951), 『青森県りんご史資料第2輯: 苹果栽培全書』。
- 青森県経済部 (1952), 『青森県りんご史資料第7集: 佐野父子と「菜果栽培履歴書」品種名称統一になるまで』。
- 青森県経済部 (1953), 『青森県りんご史資料第10集: 「津軽産業会」沿革』。
- 青森県内務部 (1902), 『第五回内国勸業博覧会出品注意事項』。
- 青森県中津軽郡 (1911), 『明治四十一年青森県中津軽郡統計書』。
- 青森県農業総合研究所 (1954), 『青森県りんご史資料第20集: 博覧会・共進会・品評会出品の本県のりんご』。
- 青森県農林部りんご課 (1965), 『明治大正りんご販売史: 青森県りんご発達史 第5巻』。
- 秋田県果樹協会 (1976), 『秋田りんごの100年』(弘前市立弘前図書館蔵)。
- 石川理紀之助 (1894), 『苹果品定 中 廿六年分』。
- 岩井源吾編 (1894), 『第四回内国勸業博覧会官民必携出品者必携: 附・内国勸業博覧会規則全書』, 大東出版社。
- 岩手県 (1898), 『宮城福島岩手青森山形秋田六県聯合物産共進会報告』。
- 岩手りんご100年祭記念事業会 (1971), 『岩手りんご100年のあゆみ』(弘前市立弘前図書館蔵)。
- 大蔵省印刷局 (1914, 1923), 『官報』。
- 大阪市役所商工課 (1923), 『大阪市商工時報號外 大阪市内卸市場調査第一輯 天満青物市場調査』。
- 大里周蔵 (1921), 『鹿角』。
- 小倉政次郎編 (1903), 『第五回内国勸業博覧会受賞人名録』, 東浪館書房。
- 恩田鉄弥 (1893), 『苹果栽培法』, 博文館。
- 菊池秋雄 (1948), 『果樹園芸学上巻』, 養賢社。
- 岐阜高等農林学校 (1930), 『各務研究報告第八号 愛知縣枇杷島青物市場調査』。
- 清川雪彦 (1995), 『日本の経済発展と技術普及』, 東洋経済新報社。
- 楠美冬次郎・佐野熙 (1890), 『苹果要覧』。
- 経済産業省 (2013), 『地域団体商標 2012』, 特許庁。
- 國雄行 (2005), 『博覧会の時代—明治政府の博覧会政策—』, 岩田書店。
- 國雄行 (2013), 「内国勸業博覧会の歴史的意義」, 明治維新史学会編『講座明治維新 第8巻 明治維新の経済過程』, 有志舎, 164-194頁。
- 四宮俊之 (2007), 「りんごの消費や需要に見る歴史文化性の差異について」, 『弘前大学大学院地域社会研究科年報』, (4), 21-38頁。
- 條野伝平 (1887), 『内国勸業博覧会賞牌褒状授与人名録』。
- ジョン・ダワー (三浦陽一訳) (2004), 『増補版 敗北を抱きしめて 上 第二次大戦後の日本人』, 岩波書店。
- ジョン・マクミラン (瀧澤弘和・木村友二訳) (2007), 『市場を創る—バザールからネット取引まで』, NTT出版。
- 白井泉 (2016), 「戦前期青森県における「米と林檎」を軸とした農家経営と地域発展」, 『農業史研究』, 50, 47-60頁。
- 白井泉 (2012), 「産業組合による生産・流通過程の統制—無限責任竹館林檎生産購買販売信用組合の事例」,

- 『社会経済史学』, 78(2), 173-196頁。
- 杉山芬・杉山雍 (2003), 「青い森の片隅から」, <http://homepage3.nifty.com/malus~pumila/>, 2016年6月9日接続。
- 杉山芬・杉山雍 (2005), 『青森県のりんごー市販の品種とりんごの話題』, 北の街社。
- 千疋屋総本店 (2009), 『サムライ弁蔵水くわし売り出し百七十五年: 千疋屋総本店史』。
- 第三回内国勸業博覧会事務局 (1891a), 『第三回内国勸業博覧会審査報告: 第三部』。
- 第三回内国勸業博覧会事務局 (1891b), 『第三回内国勸業博覧会審査報告摘要』。
- 第四回内国勸業博覧会事務局 (1895), 『第四回内国勸業博覧会授賞人名録』。
- 第四回内国勸業博覧会事務局 (1896), 『第四回 (明治廿八年) 内国勸業博覧会審査報告 第三部上巻』。
- 第五回内国勸業博覧会事務局 (1904), 『第五回内国勸業博覧会審査報告: 第一部巻之十二』。
- 高松宮家 (1938), 『有栖川宮記念厚生資金選奨録 第六輯』。
- 玉真之介 (1996), 『主産地形成と農業団体一戦間期日本農業と系統農業』, 農山漁村文化協会。
- 弾舜平 (1880), 『内外博覧会出品心得』, 日新書齋。
- 鶴田真容 (1876), 『東京府下上野公園内 明治十年内国勸業博覧会諸規則 但シ出品願書式』。
- 帝国農会編 (1937), 『五大都市に於ける青果物市況調査 昭和八年至十年』, 帝国農会。
- 東京市編 (1928), 『日用品の見分け方』, 東京市商工課。
- 東京市商工課 (1923), 『大正十二年三月 青物市場調査資料』。
- 東京市商工課 (1927), 『東京における青物市場に関する調査』。
- 東京市中央卸売市場 (1932), 『東京市青果市場年報』。
- 長井政太郎 (1960), 「リンゴとサクランボ」, 地方史研究協議会編『日本産業史大系3 東北地方編』, 東京大学出版会。
- 中林真幸 (2003), 『近代日本資本主義の組織—製糸業の発展における取引の統治と生産の構造』, 東京大学出版会。
- 内国勸業博覧会事務局 (1879), 『明治十年内国勸業博覧会賞牌褒状授与人名録』。
- 内国勸業博覧会事務局 (1881), 『第二回内国勸業博覧会褒賞授与人名表 上下』 (明治文献資料刊行会 (1975), 『明治前期産業発達史資料 勸業博覧会資料 175』)。
- 内国勸業博覧会事務局 (1887), 『明治十年内国勸業博覧会審査評語』 (全2巻)。
- 内国勸業博覧会事務局 (1890), 『第三回内国勸業博覧会褒章授与人名録』。
- 内務省勸商局 (1889), 『明治十年 内国勸業博覧会委員報告書』。
- 農商務省 (1904), 『第五回内国勸業博覧会事務報告上巻』。
- 農商務省総務局 (1909), 『府県聯合共進会審査復命書』。
- 農商務省農務局編 (1882), 『舶来果樹目録』。
- 橋野知子 (2007), 『経済発展と産地・市場・制度—明治期絹織物業の進化とダイナミズム』, ミネルヴァ書房。
- 波多江久吉 (1978), 「リンゴ生産の発達—青森県の場合—」, 日本農業発達史調査会編著『日本農業発達史 5』, 中央公論社, 423-534頁。
- 波多江久吉・齋藤康司編 (1977), 『青森県りんご百年史』。
- 福羽逸人 (1896), 『果樹栽培全書 第一』, 博文館。
- 満蘭勇 (2014), 『日本型大衆消費社会への胎動: 戦前期日本の通信販売と月賦販売』, 東京大学出版会。
- 村川友彦 (1997), 「明治期の博覧会と近代日本—第五回内国勸業博覧会と福島県勸業政策」『東北学院大学

東北文化研究所紀要』, (29), 107-116 頁。

持田恵三 (1970), 『米穀市場の展開過程』, 東京大学出版会。

山崎広明・阿部武司 (2012), 『織物からアパレルへー備後織物業と佐々木商店』, 大阪大学出版会。

芳井敬郎 (1981), 「第 5 回内国勲業博覧会における「陳列」の諸問題ー博覧会事務局に対する奈良県の動向を中心として」, 『國學院大學博物館学紀要』, (6), 7-13 頁。

吉見俊哉 (1992), 『博覧会の政治学ーまなざしの近代』, 中央公論社。

Hashino, Tomoko and Keijiro Otsuka eds. (2016), *Industrial Districts in History and the Developing World*, Amsterdam, Springer.

「岩見文庫郷土資料」, 弘前市立弘前図書館蔵。

「りんご関係資料図書」, 弘前市農業協同組合資料館所蔵 (現在の所蔵は弘前市立弘前図書館)。